

**ANALISIS EFISIENSI BIAYA PRODUKSI MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN *TARGET COSTING* PADA PRODUK SUWAR – SUWIR  
BERBASIS *ONLINE* DI UD. MUTIARA RASA, JEMBER, JAWA TIMUR**

**Oleh:  
YUNITA SARI**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
MALANG  
2018**

**ANALISIS EFISIENSI BIAYA PRODUKSI MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN *TARGET COSTING* PADA PRODUK SUWAR – SUWIR  
BERBASIS *ONLINE* DI UD. MUTIARA RASA, JEMBER, JAWA TIMUR**

Oleh:

**YUNITA SARI**

**145040101111050**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
MALANG  
2018**

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, April 2018

Yunita Sari



# LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Pendekatan *Target Costing* Pada Produk Suwar – Suwir Berbasis *Online* Di UD. Mutiara Rasa, Jember, Jawa Timur

Nama : Yunita Sari

NIM : 145040101111050

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Disetujui,  
Pembimbing Utama,

Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, S.U.  
NIP. 195403051981031005

Diketahui,  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian FP UB

Mangku Purnomo, SP.,M.Si.,Ph.D  
NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan  
MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS.  
NIP. 19550327 198103 1 003

Dr. Ir. Abdul Wahid Muhaimin, MS.  
NIP. 19561111 198601 1 002

Penguji III

Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.  
NIP. 19540305 198103 1 005

Tanggal Lulus:

***Skripsi ini kupersembahkan untuk:***

*Kedua orang tuaku tercinta (Mislana dan Munjiahti), kakakku tersayang (Mawardi dan Sigit), partner penyemangat (Putra), sahabatku (Rini Lia, Ikke, Pandhan, Arinda, Reni, Arin, Sulis, Despa, Normagupita, Fitri, Mbak Tami, Dinda, Desi, Nurjanah dan Eleven Squad) dan teman – teman semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan untuk penulis.*

## RINGKASAN

**Yunita Sari. 145040101111050. Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Pendekatan *Target Costing* Pada Produk Suwar – Suwir Berbasis Online Di UD. Mutiara Rasa, Jember, Jawa Timur. Di bawah bimbingan Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.**

---

Persaingan bisnis saat ini semakin kompetitif seperti perusahaan yang menjual makanan khas oleh – oleh di kota – kota tertentu misalnya Jember yang menjual makanan oleh – oleh seperti suwar – suwir dengan penjualan secara *online* sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai target keuntungan yang diharapkan. Produk yang diproduksi perusahaan adalah suwar – suwir berasal dari bahan baku tape singkong. Bahan baku didapatkan dari *supplier* yang sudah bekerja sama dengan perusahaan. Produk suwar – suwir dijual secara *online* dan *offline*. Penjualan secara *online* melalui media seperti Instagram, WhatsApp, Facebook dan Email. Persentase penjualan *online* yang dilakukan perusahaan sebesar 50% namun belum mencapai target keuntungan perusahaan. Perusahaan menginginkan laba sesuai dengan targetnya namun sulit diterapkan dikarenakan biaya produksi yang belum efisien. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penjualan *online* dan *offline*, menganalisis biaya produksi yang efisien dan keuntungan yang diharapkan perusahaan.

Metode yang digunakan perusahaan adalah *full costing* dimana perusahaan tidak menghitung biaya produksi terlebih dahulu sebelum melakukan produksi sehingga biaya yang digunakan tidak efisien dan belum mampu mencapai keuntungan sesuai target perusahaan. Mengatasi hal tersebut untuk mengefisienkan biaya produksi menggunakan metode *target costing*. Metode ini mampu mengefisienkan biaya produksi dan mampu meningkatkan keuntungan sesuai target perusahaan sebesar 40%.

Hasil perhitungan total biaya produksi menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 763.576.571 sedangkan menggunakan metode *target costing* total biaya produksi sebesar Rp 678.888.000. Selisih biaya antara kedua metode tersebut adalah sebesar Rp 84.688.571. Setelah itu, dilakukan rekayasa nilai untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produknya. Perhitungan menggunakan *target costing* mampu mengefisienkan biaya produksi dengan rekayasa nilai sebesar Rp 104.772.000. Biaya yang mampu efisien menggunakan metode *target costing* untuk bahan baku sebesar Rp 85.950.000, biaya kemasan sebesar Rp 15.552.000 sedangkan pemasaran *online* sebesar Rp 3.270.000. Pemasaran *online* tersebut perusahaan bekerja sama dengan pihak *Grab Food* sehingga keuntungan *Grab* sebesar 15% dari penjualan *online* suwar – suwir. Adanya penambahan media tersebut akan meningkatkan penjualan *online* dengan asumsi sebesar 56.574 kilogram suwar – suwir sehingga mampu membantu meningkatkan keuntungan perusahaan. Hasil perhitungan biaya per kilogram suwar – suwir dengan metode *full costing* sebesar Rp 13.630 untuk rasa original dan suwar – suwir *Mix* rasa sebesar Rp 13.545. Sedangkan menggunakan metode *target costing* sebesar Rp 12.000. Selisih untuk suwar – suwir original sebesar Rp 1.630 dan suwar – suwir *Mix* rasa sebesar Rp 1.545. Adanya perbandingan selisih tersebut akan berpengaruh pada pendapatan yang diterima perusahaan. Perbedaan

biaya tersebut mampu memberikan keuntungan pada perusahaan sesuai target biaya yang diharapkan.





## SUMMARY

**Yunita Sari. 145040101111050. Production Cost Efficiency Analysis Using Target Costing Approach On Suwar Suwir Products with Online Based in UD. Mutiara Rasa, Jember, Jawa Timur. Under The Guidance of Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.**

---

Business competition nowadays is increasingly competitive as company that sells typical food as the souvenir in the certain cities. Jember city for the example, sells typical foods called suwar – suwir with online sales, so that companies are required to have competitive advantage in order to survive achieve the company's goal of reaching the expected profit targets. Suwar – suwir is the company's product which is derived from raw materials of fermented cassava. Raw materials obtained from suppliers who have been working with the company. Suwar - suwir product is sold online and offline. Online sales through media such as Instagram, WhatsApp, Facebook and Email. Percentage of online sales conducted by the company is 50%, but this number has not yet reached the target of corporate profits. The company wanted the profits in accordance with the target but it's difficult because of the cost of production is applied have not been efficient. The purpose of this study is to describe the sale online and offline, analyze the efficient production costs and the expected benefits of the company.

The company use the full costing method where company do not calculate the production costs in advance before doing the production, so used cost inefficient and haven't been able to achieve the company's profit target. For overcome it, efficiency of production cost can be done by using method target costing. This method is able to efficiently production cost and able to increase profit according to company target by 40%.

The calculation of total production costs using full costing method is Rp 763,576,571. Meanwhile by using the target costing method the total production costs is Rp 678,888,000. The cost difference between the two methods is amounting to Rp 84,688,571. After that, a value engineering is done to cut production costs without reducing product quality. The calculation uses target costing that is capable of efficient production cost with value engineering amounting to Rp 104,772,000. The cost will be efficient by using target costing method as well as raw materials amounting to Rp 85,950,000, packaging costs amounting to Rp 15,552,000 while online marketing is Rp 3,270,000. The company's online marketing cooperate with Grab Food by providing 15% of the profits from online sales of suwar - suwir products. The addition of such media will increase online sales with assumptions of 56.574 kg suwar - suwir product so it can help to increase corporate profits. Cost calculation result per kilogram suwar - suwir with full costing method equal to Rp 13.630 for original flavor and Rp 13.545 for mix flavor. Meanwhile for cost calculation result per kilogram of suwar - suwir product with target costing will be amount Rp 12.000. The deviation of the original flavor amount 1.630 and for the mix flavor is Rp 1.545. The existence of the deviation will affect the income that received by the company. The cost difference is able to provide benefits to the company according to expected cost target.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayah-Nya telah menuntun penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Pendekatan *Target Costing* Pada Produk Suwar – Suwir Berbasis *Online* (Studi Kasus di UD. Mutiara Rasa, Jember, Jawa Timur)”. Pengambilan data dilakukan selama 1 bulan mulai tanggal 20 Desember 2017 sampei 20 Januari 2018.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan proposal penelitian. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU selaku dosen pembimbing atas kesabaran, nasihat, arahan dan bimbingan kepada penilis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ketua jurusan dan seluruh dosen Fakultas Pertanian atas nasihat dan arahan kepada penulis serta kepada karyawan jurusan yang telah memberikan fasilitas dan bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun diperlukan agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan memberikan sumbangan pemikiran dalam kemajuan ilmu pengetahuan.

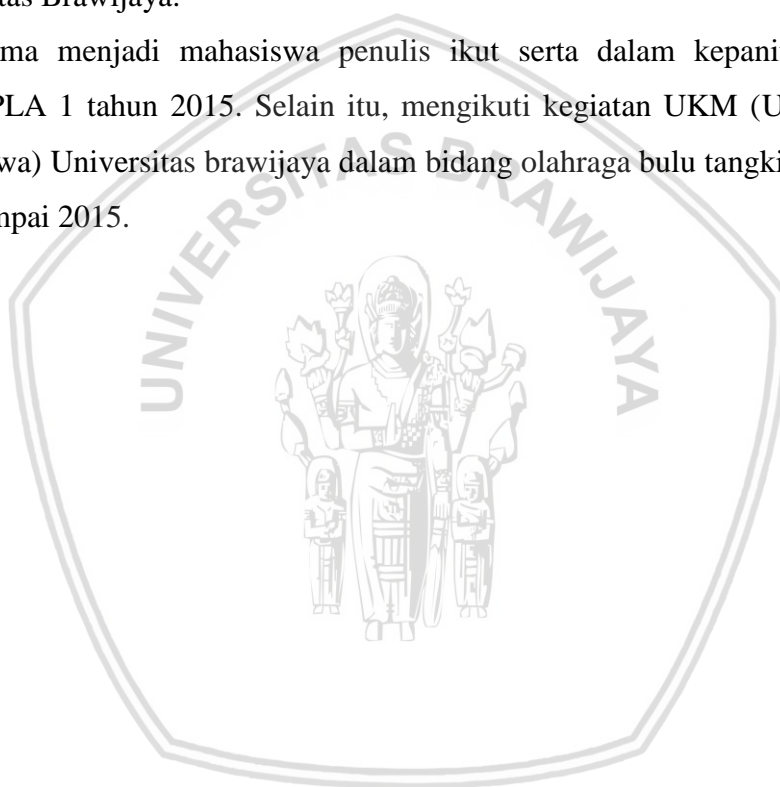
Malang, April 2018

Penulis

## RIWAYAT HIDUP

Yunita Sari, lahir di Lampung pada tanggal 27 Juni 1996 sebagai anak ketiga dari dua bersaudara oleh pasangan Bapak Mislan dan Ibu Munjiahti. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 2 Semboro, Jember pada tahun 2003 sampai dengan 2008. Setelah itu, melanjutkan ke jenjang SMP di SMPN 01 Umbulsari Jember pada tahun 2008-2011. Kemudian, pada tahun 2011 sampai 2014 menempuh studi di SMAN 2 Tanggul, Jember. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa S1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.

Selama menjadi mahasiswa penulis ikut serta dalam kepanitiaan seperti panitia PLA 1 tahun 2015. Selain itu, mengikuti kegiatan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Universitas Brawijaya dalam bidang olahraga bulu tangkis pada tahun 2014 sampai 2015.



## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	i
SUMMARY .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR SKEMA .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Kegunaan Penelitian .....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Tinjauan Tentang Suwar - Suwir .....	8
2.3 Biaya .....	9
2.3.1 Klasifikasi Biaya .....	9
2.3.2 Pengumpulan Biaya .....	12
2.4 Efisiensi Biaya Produksi .....	14
2.5 Perencanaan Laba .....	13
2.5.1 Pengertian Perencanaan Laba .....	13
2.5.2 Manfaat Perencanaan Laba .....	13
2.5.3 Pendekatan dan Keterbatasan Perencanaan Laba .....	16
2.5.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perencanaan Laba ....	16
2.6 Penentuan Harga Jual .....	16
2.7 Metode <i>Target Costing</i> .....	17
2.7.1 Pengertian <i>Target Costing</i> .....	17

2.7.2 Prinsip – Prinsip <i>Target Costing</i> .....	18
2.7.3 Karakteristik <i>Target Costing</i> .....	19
2.7.4 Tahap Implementasi <i>Target Costing</i> .....	19
2.7.5 Langkah-langkah dalam <i>Target Costing</i> .....	20
2.7.6 Rekayasa Nilai atau <i>Value Engineering</i> .....	21
2.7.7 Proses <i>Target Costing</i> .....	22
2.7.8 Kendala dalam <i>Target Costing</i> .....	22
2.7.9 Perbandingan <i>Full Costing</i> dengan <i>Target Costing</i> .....	22
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN .....	24
3.1 Kerangka Pemikiran.....	24
3.2 Hipotesis.....	27
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
IV. METODE PENELITIAN .....	30
4.1 Pendekatan Penelitian .....	30
4.2 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
4.3 Metode Penentuan Responden.....	30
4.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
4.5 Metode Analisis Data.....	32
4.5.1 Metode <i>Full Costing</i> .....	32
4.5.2 Metode <i>Target Costing</i> .....	33
4.5.3 Metode Deskriptif Komparatif.....	33
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	34
5.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
5.1.1 Sejarah Perusahaan Penelitian.....	34
5.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	35
5.1.3 Struktur Organisasi .....	35
5.1.4 Peraturan Perusahaan .....	37
5.1.5 Tenaga Kerja .....	37
5.1.6 Produk UD. Mutiara Rasa .....	38
5.1.7 Bahan Baku dan Peralatan .....	39
5.1.8 Proses Produksi Suwar - Suwir .....	41
5.1.9 Kapasitas Produksi .....	43

5.1.10 Wilayah Pemasaran .....	44
5.2 Perbandingan Penjualan <i>Online</i> dan <i>Offline</i> .....	44
5.3 Analisis <i>Full Costing</i> .....	50
5.3.1 Total Produksi, Volume Penjualan dan Harga Jual .....	50
5.3.2 Biaya Bahan Baku Langsung .....	54
5.3.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	55
5.3.4 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik .....	56
5.3.5 Biaya Non Produksi .....	57
5.3.6 Biaya Keseluruhan Per Kilogram Suwar - Suwir .....	58
5.3.7 Perhitungan Laba Rugi.....	59
5.4 Analisis <i>Target Costing</i> .....	61
5.5 Perbandingan Analisis <i>Full Costing</i> dan <i>Target Costing</i> .....	67
VI. PENUTUP .....	69
6.1 Kesimpulan .....	69
6.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN .....	75

**DAFTAR SKEMA**

Nomor	Teks	Halaman
1	Kerangka Pemikiran Tentang Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Pendekatan Target Costing Pada Produk Suwar – Suwir Berbasis Online Di UD. Mutiara Rasa, Jember, Jawa Timur .....	26
2	Struktur Organisasi UD. Mutiara Rasa Jember.....	35
3	Proses produksi suwar – suwir UD. Mutiara Rasa Jember .....	42





## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
2	Data Tenaga Kerja UD. Mutiara Rasa .....	38
3	Total Produksi dan Persentase Penjualan <i>Online</i> Tahun 2014 – 2017 .....	45
4	Sebaran Penjualan <i>Online</i> Suwar – Suwir Tahun 2017 .....	49
5	Total Produksi Suwar – Suwir UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	51
6	Volume Penjualan Suwar-Suwir UD. Mutiara Rasa Tahun 2017....	52
7	Total Biaya Tenaga Kerja UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	55
8	Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	56
9	Total Biaya Non Produksi UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	57
10	Total Biaya Per Kilogram Suwar - Suwir Original Tahun 2017.....	58
11	Total Biaya Per Kilogram Suwar – Suwir <i>Mix</i> Rasa Tahun 2017 ...	59
12	Laporan Laba Rugi UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	59
13	<i>Margin Profit</i> Suwar – Suwir Original UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	60
14	<i>Margin Profit</i> Suwar-Suwir <i>Mix</i> Rasa UD. Mutiara Rasa Tahun 2017 .....	60
15	Laba yang diharapkan UD. Mutiara Rasa .....	62
16	Target Biaya UD. Mutiara Rasa .....	62
17	Total Biaya Produksi yang Efisien dengan Metode <i>Target</i> <i>Costing</i> .....	63
18	Total Biaya Sebelum Rekayasa Nilai .....	64
19	Total Biaya Sesudah Rekayasa Nilai .....	65
20	Efisiensi Biaya Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai .....	66
21	Perbandingan Hasil Analisis Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Target</i> <i>Costing</i> Per Kilogram Suwar - Suwir .....	67
22	Perbandingan Hasil Analisis Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Target</i> <i>Costing</i> .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1	Persentase Penjualan Suwar - Suwir .....	45
2	Persentase Penjualan Online Suwar - Suwir .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Dokumentasi Foto .....	76
2	Biaya Bahan Baku Per Bulan .....	80
3	Rincian Upah Tenaga Kerja Tahun 2017 .....	80
4	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Bahan Penolong dan <i>Overhead Variable</i> ) .....	80
5	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Kemasan).....	81
6	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Penyusutan) .....	81
7	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Biaya Lain-lain).....	82
8	Rincian Biaya Non Produksi Tahun 2017.....	82
9	Perhitungan Biaya Bahan Baku .....	82
10	Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	82
11	Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	83
12	Perhitungan Biaya Non Produksi .....	83
13	Perhitungan Laporan Laba Rugi .....	83
14	Perhitungan Rekayasa Nilai .....	83
15	Asumsi Kerjasama dengan <i>Grab Food</i> dan Penerapan Rekayasa Nilai.....	84

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis dibidang makanan saat ini semakin kompetitif seperti perusahaan yang menjual makanan khas oleh – oleh di kota – kota tertentu misalnya Jember yang menjual makanan oleh – oleh seperti suwar – suwir, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan perusahaan yang ingin dicapai yaitu mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal dan mengeluarkan biaya yang serendah - rendahnya. Oleh karena itu, dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan mendapatkan laba yang maksimal. Salah satunya biaya produksi yang akan diefisiensikan yaitu biaya produksi suwar - suwir.

Produk suwar-suwir merupakan salah satu produk makanan yang berasal dari tape singkong kemudian di jadikan suwar-suwir. Suwar – suwir di produksi di UD. Mutiara Rasa sejak tahun 2000 sampai sekarang yang berlokasi di jalan Cendrawasih No.60, Pancakarya, Ajung, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Produk UD. Mutiara Rasa di pasarkan atau di distribusikan sampai ke luar jawa seperti di sulawesi. Namun demikian, laba yang diharapkan oleh produsen tersebut tercapai apabila menekan biaya produksinya dikarenakan banyaknya pesaing produk suwar – suwir, pada saat musim kemarau panjang sulit mendapatkan bahan baku suwar-suwir, saat musim penghujan sulit mendapatkan ubi kayu dan kadar air ubi kayu terlalu tinggi sehingga memerlukan biaya lebih untuk proses produksi sehingga tidak memungkinkan untuk menaikkan harga jual. Sehingga, untuk mendapatkan laba sesuai harapan perusahaan adanya penjualan suwar – suwir melalui media *online*.

Media *online* merupakan segala media yang hanya bisa di akses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Adanya media *online* lebih memudahkan dalam pemasaran produk salah satunya yaitu produk suwar-suwir. Kondisi ini dapat memberikan peluang pangsa pasar lebih luas (Li dan Hong, 2013). Penjualan melalui media *online* bisa melalui Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Email. Penjualan yang dilakukan di media *online* akan membantu perusahaan untuk memperoleh laba lebih tinggi dikarenakan media *online* mampu mempromosikan

ke masyarakat luas terhadap produk yang akan dijual sehingga masyarakat mengetahui produk tersebut melalui *online*.

Adanya media *online*, pemasaran produk suwar-suwir lebih mudah karena pemesanan langsung secara *online* tanpa harus berinteraksi secara langsung. Kondisi tersebut memungkinkan penurunan biaya interaksi sehingga meningkatkan jumlah interaksi. Interaksi menjadi lebih mudah karena tidak perlu bertemu secara langsung, lebih banyak alternatif, lebih murah, dan peluang memperluas pangsa pasar (Li dan Hong, 2013). Karakteristik penurunan biaya interaksi, peningkatan transparansi dan pelayanan kepada pelanggan berguna dalam kegiatan penjualan. Salah satu penjualan melalui media situs web dikenal dengan penjualan berbasis web. Selain mempermudah promosi juga memiliki peluang yang sangat signifikan dalam memperluas pangsa pasar (Bernadi, 2013). Situs web secara strategis dapat digunakan sebagai untuk membentuk daya saing perusahaan (Turban, King, & Lang, 2010). Dengan adanya data penjualan *online* maka dapat ditekan biaya produksi menggunakan metode *target costing*.

Menurut Wiguna dan Sormin dalam Heri (2013), *target costing* merupakan penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga perusahaan tersebut dapat memperoleh laba yang diharapkan. Biasanya perusahaan bertujuan untuk mencapai target laba yang diinginkan sehingga metode ini digunakan oleh perusahaan untuk menekan biaya.

Metode *target costing* ini bertujuan untuk mengetahui biaya produksi yang efisien sehingga perusahaan juga harus mengetahui biaya – biaya yang akan dikeluarkan sebelum produksi agar laba yang diinginkan tercapai. Selain itu, *target costing* dapat membantu perusahaan dalam menentukan biaya produksi maksimal apabila ingin menjual produk dengan harga yang telah di targetkan. Hal ini baik diterapkan oleh perusahaan agar mampu mengembangkan serta merancang produk dengan biaya yang sudah di targetkan. Adanya implementasi *target costing* ini perusahaan akan memiliki tingkat harga yang kompetitif dan dapat meningkatkan efisiensi produksi.

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat diterapkan di UD. Mutiara Rasa untuk melihat biaya efisien yang dikeluarkan pada saat proses produksi suwar-suwir. Apabila biaya produksi efisien maka keuntungan yang diharapkan dapat tercapai.

Penjualan *online* suwar – suwir di UD. Mutiara Rasa sebesar 50% sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis biaya yang efisien dengan jumlah penjualan yang cukup besar yang dapat menghasilkan keuntungan besar.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember tepatnya di UD. Mutiara Rasa dengan produk suwar-suwir. Suwar-suwir di distribusikan ke berbagai daerah bahkan sampai keluar jawa seperti Sulawesi. Pemasaran produk suwar-suwir ini dilakukan secara langsung dengan pelanggan dan melalui media *online*. Konsumen dapat secara langsung menuju UD. Mutiara Rasa dan memesan melalui media *online* seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Email. Adanya penjualan secara langsung maupun *online* dapat mengoptimalkan laba yang diinginkan perusahaan. Meskipun demikian, bukan berarti produsen suwar-suwir dapat menaikkan harga jual produk tersebut. Banyaknya pesaing di daerah Jember membuat produk suwar-suwir dijual dengan harga yang telah ditetapkan pasar. Oleh karena itu, salah satu metode yang digunakan untuk mengatasi hal tersebut adalah diterapkannya *target costing*.

Metode *target costing* digunakan untuk mengefisiensi biaya produksi agar laba atau keuntungan yang diinginkan tercapai. Namun, produsen tidak dapat mengontrol harga jual produk dikarenakan harga sekarang sudah sesuai dengan harga pasar pada umumnya. Apabila menaikkan harga perusahaan akan kehilangan konsumen dikarenakan para pesaing menentukan harganya juga sesuai harga pasar pada umumnya. Sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan upaya menggunakan metode *target costing*.

Blocher, Stout dan Cokins (2012) menyatakan biaya target atau *target costing* merupakan sebuah teknik dengan penentuan biaya berdasarkan target, dimana perusahaan menentukan biaya (contohnya target) yang diperbolehkan untuk produk atau jasa dengan harga yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat mendapatkan laba yang diinginkan. Adanya metode tersebut maka permasalahan di UD. Mutiara Rasa seperti tidak dapat menaikkan harga jual produk, terkendala pada bahan baku singkong karena pada saat musim kemarau panjang singkong sulit didapatkan sedangkan pada saat musim hujan terlalu banyak kadar airnya sehingga sulit mendapatkan tape singkong untuk pembuatan suwar-suwir. Permasalahan seperti

ini mendorong perusahaan untuk melakukan analisis efisiensi biaya yang berguna untuk menekan biaya produksi agar mendapatkan laba yang maksimal sesuai dengan harapan perusahaan.

Upaya untuk menyelesaikan kasus tersebut dengan metode *target costing* tersebut guna untuk menekan biaya produksi agar membantu perusahaan untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan sesuai dengan target laba. Apabila metode tersebut diterapkan maka UD. Mutiara Rasa akan mengetahui biaya yang efisien untuk proses produksi yang dilakukan. Hasil perhitungan biaya dengan metode *target costing* akan di bandingkan dengan perhitungan biaya menggunakan *full costing* agar diketahui biaya yang efisien digunakan untuk meningkatkan laba di UD. Mutiara Rasa.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat di rumuskan beberapa pertanyaan dalam penelitian dan akan ditemukan jawabannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perbandingan penjualan *online* dan *offline* di perusahaan?
2. Berapa biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan secara *online*?
3. Berapa hasil efisiensi biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan *online* menggunakan metode *target costing*?

### 1.3 Batasan Masalah

Menghindari luasnya pokok bahasan, maka batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis biaya yang digunakan hanya produk suwir – suwir yang terjual secara *online* pada tahun 2017.
2. Analisis biaya produksi menggunakan data biaya produksi dan non produksi pada tahun 2017.
3. Analisis keuntungan menggunakan data total produksi dan volume penjualan secara *online* pada tahun 2017.
4. Data penelitian yang digunakan adalah satu tahun terakhir yaitu bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2017.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:



1. Mendeskripsikan perbandingan penjualan *online* dan *offline* di perusahaan.
2. Menganalisis biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan secara *online*.
3. Menganalisis hasil efisiensi biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan *online* menggunakan metode *target costing*.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

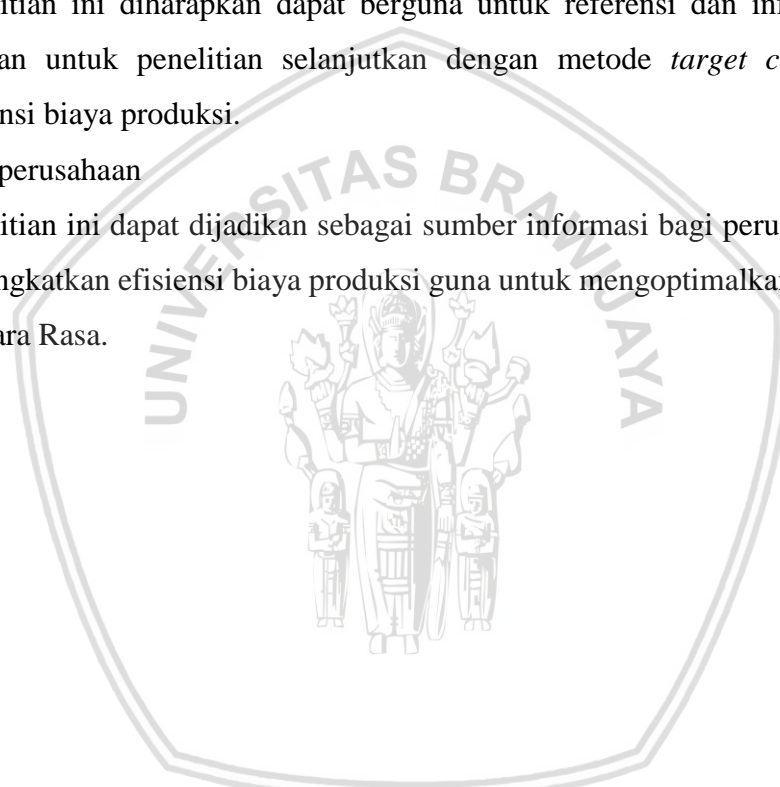
Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk referensi dan informasi serta rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan metode *target costing* untuk efisiensi biaya produksi.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi guna untuk mengoptimalkan laba di UD. Mutiara Rasa.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Menelaah penelitian terdahulu untuk meninjau penelitian yang akan dilakukan agar dijadikan rujukan dalam melakukan penelitian seperti penelitian dari Gerungan (2013) melakukan penelitian mengenai Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprime. Tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada PT. Tropica Cocoprime. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Metode ini merupakan penyajian data yang berasal dari masalah yang dihadapi perusahaan, dari masalah tersebut dilakukan analisis menggunakan pendekatan yang didasarkan pada teori-teori yang ada. Hasil yang diperoleh adalah total biaya yang dikeluarkan PT. Tropica Cocoprime dalam menghasilkan tepung kelapa pada tahun 2011 sebesar Rp 25.051,89 dan tahun 2012 sebesar Rp 12.860,13. Pendekatan *target costing* dalam proses produksi menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan tepung kelapa pada tahun 2011 sebesar Rp 19.391 dan tahun 2012 sebesar Rp 11.928,59. Penerapan *target costing* pada PT. Tropica Cocoprime lebih efisien jika dibandingkan sebelum menggunakan metode ini, melalui penerapan *target costing* perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya atau efisien. Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2011 sebesar Rp 8.024.328.286,78 dan tahun 2012 sebesar Rp 582.766.169,59.

Caroline (2016) melakukan penelitian mengenai Analisis Penerapan *Target Costing* dan *Activity-Based Costing* Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Bogor Bakery. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengendalian biaya produksi dengan penerapan metode *target costing* dan metode *activity-based costing* pada UD. Bogor Bakery. Penelitian ini menerapkan metode *target costing* dan *activity-based costing* untuk pengendalian biaya produksinya. Hasil yang diperoleh adalah perbandingan biaya produksi UD. Bogor Bakery tahun 2015 dengan menggunakan *target costing* dan *activity-based costing* menunjukkan bahwa perhitungan jumlah biaya produksi terbesar yaitu dengan *target costing* sebesar Rp 1.717.338.750. Sementara, perhitungan jumlah produksi dengan sistem *activity-based costing* lebih rendah dari perhitungan biaya



dengan menggunakan *target costing* yaitu dengan total biaya Rp 928.167.377. Sehingga, metode *activity-based costing* dapat diterapkan di UD. Bogor Bakery.

Arifin (2016) melakukan penelitian tentang Analisis *Target Costing* dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery. Tujuan penelitian ini yaitu bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam upaya pengurangan biaya produksi pada Mandala Bakery untuk peningkatan laba. Penelitian ini menggunakan metode *target costing* untuk menekan biaya produksi. Setelah itu, dilakukan analisis menggunakan pendekatan yang didasarkan pada teori-teori yang ada. Hasil yang diperoleh berdasarkan hasil perhitungan mengenai analisis *target costing* menunjukkan bahwa analisis *target costing* pada Mandala Bakery lebih efisien jika dibandingkan sebelum menggunakan *target costing*. Selain itu, hal tersebut merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya. *Target costing* merupakan alternatif yang baik bagi Mandala Bakery dikarenakan adanya perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan setelah menggunakan metode *target costing*. Biaya produksi yang sebelumnya dikeluarkan Mandala Bakery sebesar Rp. 302.592.000 setelah itu dapat ditekan menjadi Rp. 299.064.000. Oleh karena itu, metode *target costing* memberikan dampak yang positif bagi laba kotor yang akan dihasilkan. Laba kotor awal sebesar Rp. 218.208.000 dapat meningkat menjadi Rp. 221.736.000.

Anugerah (2017) melakukan penelitian tentang Penerapan *Target Costing* dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba. Tujuan dalam penelitian adalah untuk menganalisa penerapan *target costing* pada produsen tape Sumber Madu dalam mengelola biaya produksinya yaitu suwar-suwir, sehingga memperoleh laba yang diinginkan. Metode yang digunakan adalah *target costing* dengan pengumpulan data agar diketahui biaya yang dikeluarkan untuk biaya produksi. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah penerapan *target costing* sangat menguntungkan bagi produsen tape Sumber Madu dalam pengelolaan biaya produksi dan meningkatkan laba perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai penerapan *target costing* dengan perbandingan antara biaya produksi sebelum diterapkan *target costing*, menunjukkan bahwa dengan diterapkan *target costing* pada Sumber Madu dapat dengan baik menekan biaya produksi dan

meningkatkan laba hingga tercapai laba yang diinginkan. Target laba sebesar 25% dari satu unit produk dapat tercapai dengan baik menggunakan metode tersebut. Adanya metode tersebut, Sumber Madu dapat menghemat dengan cara menekan biaya produksinya sebesar 5% hingga 10% dari biaya produksi yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode *target costing*.

Kusumadewi (2017) melakukan penelitian tentang Analisis Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat untuk Melakukan Efisiensi Produksi (Studi Kasus Pada Askha Jaya Lampung). Tujuan penelitian ini yaitu menghitung *cost* yang diinginkan perusahaan dengan pendekatan *target costing* melalui efisiensi produksi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *target costing* dengan mengefisienkan biaya produksi keripik pisang coklat. Hasil penelitian yang didapatkan perusahaan dapat membuat biaya produksi efisien dengan *target costing* menunjukkan bahwa ada efisiensi sebesar Rp 4.286,82/kg. Adanya hal tersebut perusahaan mampu memaksimalkan laba yang diharapkan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dimana persamaannya adalah menggunakan metode *target costing*. Metode *target costing* tersebut digunakan untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan laba perusahaan. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dilihat dari objek penelitian dan lokasi penelitiannya serta data yang akan diambil dari data penjualan *online* perusahaan dalam memasarkan produk suwar-suwir.

## 2.2 Tinjauan Tentang Suwar – Suwir

Suwar-suwir merupakan jajanan khas kabupaten Jember yang berasal dari bahan dasar tape singkong yang telah mengalami fermentasi. Industri pengolahan suwar - suwir umumnya dikelola oleh para pengrajin rumah tangga yang tersebar di berbagai pelosok pedesaan. Jumlah industri pengolahan suwar-suwir di kabupaten Jember cukup besar yaitu 2.410 UMKM (Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Jember, 2014). Produk suwar-suwir memiliki rasa lebih manis, legit dan sedikit asam karena terbuat dari bahan dasar tape. Tekstur suwar-suwir padat namun saat dimakan tidak keras. Suwar-suwir ini biasanya dibuat dengan berbagai rasa, namun tidak meninggalkan cita rasa aslinya.

Proses pengolahan suwar-suwir yang pertama adalah menimbang tape dan gula sesuai takaran, kemudian tape dicampur dengan gula dan diaduk. Setelah itu, adonan tersebut dimasak menggunakan wajan besar dan diaduk. Kemudian, diberi perasa tambahan dan diaduk kembali hingga rata. Selanjutnya, di cetak dan didinginkan di atas meja *roll*. Setelah itu, dipotong menggunakan pisau dan penggaris kayu dilanjutkan dipotong per biji. Terakhir, suwar-suwir dikemas dengan menggunakan plastik dan kertas warna lalu di bungkus menggunakan kemasan yang sudah disiapkan perusahaan.

## 2.3 Biaya

Hery (2015) mengemukakan biaya merupakan nilai kas yang dikeluarkan atau dibebankan untuk mendapatkan barang atau jasa dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi organisasi pada saat ini maupun di masa yang mendatang. Sedangkan, menurut Mulyadi (2010) biaya dalam arti luas yaitu pengorbanan sumber ekonomi yang di ukur dalam satuan uang dan kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Pengklasifikasian macam – macam biaya dijelaskan seperti dibawah ini:

### 2.3.1 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokkan atas keseluruhan elemen-elemen biaya secara sistematis ke dalam golongan – golongan tertentu untuk memberikan informasi biaya yang lengkap bagi pimpinan perusahaan dalam mengelola dan menyajikan fungsinya. Mulyadi (2010) menyatakan bahwa terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya, sebagai berikut:

#### 1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Objek pengeluaran adalah dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran yaitu bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar (Widialestariningsih *et al*, 2012).

#### 2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Perusahaan industri memiliki tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi dimana berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi dan siap di pasarkan. Fungsi pemasaran berkaitan dengan penjualan produk untuk memperoleh laba yang diinginkan perusahaan. Fungsi administrasi dan umum berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar berdaya guna.

Menurut Widialestariningsih *et al* (2012) biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

- a. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Contohnya biaya bahan baku, biaya depresiasi mesin dan perlengkapan dan biaya penolong yang berhubungan dengan proses produksi.
  - b. Biaya pemasaran yaitu biaya yang terjadi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya iklan, biaya promosi.
  - c. Biaya administrasi dan umum adalah biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan lain-lain.
3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai
- a. Biaya langsung merupakan biaya yang terjadi disebabkan karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct departemen cost*) yaitu semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu. misalnya biaya tenaga kerja yang bekerja dalam departemen percetakan sehingga dalam pemeliharaannya dan biaya depresiasi mesin yang dipakai masuk ke dalam departemen percetakan tersebut.
  - b. Biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tak langsung atau biaya overhead pabrik. Contohnya adalah biaya dalam departemen pembangkit listrik dimana biaya dinikmati oleh perusahaan baik untuk penerangan atau kegiatan lainnya yang menggunakan listrik tersebut.
4. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan
- a. Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Widialestariningsih *et al*, 2012).

- b. Biaya tetap yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap dalam volume kegiatan tertentu. Contohnya adalah gaji direktur produksi (Widialestariningsih *et al*, 2012).
  - c. Biaya semivariabel merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Contohnya biaya semivariabel adalah biaya listrik (Widialestariningsih *et al*, 2012).
  - d. Biaya *semifixed* yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstan pada volume produksi tertentu. Contohnya biaya pengawasan dan pemeriksaan produksi (Widialestariningsih *et al*, 2012).
5. Penggolongan Biaya atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya
- a. Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya satu tahun). Pengeluaran modal pada saat terjadi dibebankan sebagai harga pokok aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi.
  - b. Pengeluaran pendapatan yaitu biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Menurut Bustami (2010) mengemukakan pengklasifikasian biaya yang umum digunakan adalah sebagai berikut:

1. Biaya dalam Hubungan Dengan Produk

Merupakan biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri :

- a. Biaya bahan baku langsung merupakan bahan baku dari bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk yang di produksi.
  - b. Biaya tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja yang digunakan dalam mengubah bahan baku menjadi produk jadi.
  - c. Biaya *overhead* pabrik ialah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk jadi. Biaya yang berhubungan dengan volume produksi.
2. Biaya dalam hubungan dengan volume atau perilaku biaya yang berhubungan dengan departemen produksi. Adapun pengelompokkan biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi yaitu:



- a. Biaya dalam hubungan dengan periode waktu.

Biaya yang berhubungan dengan periode waktu terbagi menjadi biaya pengeluaran modal dan biaya pengeluaran pendapatan.

- b. Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan.

Biaya ini dibagi menjadi dua yaitu biaya relevan dan biaya tidak relevan. Biaya relevan merupakan biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan. Sedangkan, biaya tidak relevan yaitu biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.

### 2.3.2 Pengumpulan Biaya

Menurut Mulyadi (2007) menyatakan bahwa dalam pembuatan produk atau penyerahan jasa terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi.

1. Biaya Produksi

Sutrisno (2008) mengemukakan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi menjadi produk jadi. Garrison *et al* (2006) menyatakan bahwa biaya produksi dibagi ke dalam tiga kategori yaitu: bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead*). Menurut Sugiri (2001) biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas unsur-unsur biaya sebagai berikut :

- a. Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan yang digunakan untuk membuat produk jadi. Sebagai contoh adalah kayu yang digunakan untuk membuat daun pintu dan jendela, kertas yang digunakan untuk membuat buku, benang untuk membuat kain mori, dan kain mori yang digunakan untuk membuat baju. Bahan baku disebut juga bahan langsung. Bahan yang nilainya relatif rendah seperti paku dan dempul pada daun pintu dan jendela. Lem untuk merekatkan kertas-kertas pada buku ini termasuk sebagai unsur *overhead*.

- b. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung yaitu tenaga yang langsung menangani proses produksi. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang timbul dari pembuatan produksi namun karena karyawannya tidak langsung

berhubungan dengan pembuatan produk tersebut. Pembuat daun pintu dan jendela, operator mesin copy, penjahit dan tukang las, serta tukang batu adalah contoh tenaga kerja langsung. Gaji atau upah tenaga kerja langsung merupakan unsur biaya produksi.

c. *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik (*factory overhead* atau *manufacturing overhead* atau *factory burden*) adalah biaya-biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk memproduksi barang. Hubungan biaya *overhead* terhadap produk adalah hubungan tak langsung. Pada umumnya biaya *overhead* pabrik didefinisikan sebagai biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan semua biaya-biaya produksi yang lain yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi ataupun dibebankan secara langsung pada pesanan tertentu atau produk tertentu.

Munandar (2001) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. Kuantitas dan kualitas barang yang diproduksi selama periode tertentu. Kuantitas barang yang diproduksi yaitu jumlah barang yang akan diproduksi oleh perusahaan dalam periode tertentu tergantung pada jumlah permintaan konsumen. Sedangkan, kualitas barang yang diproduksi merupakan mutu dari suatu produk yang dipengaruhi oleh kualitas pemilihan bahan baku serta proses produksinya.
2. Kapasitas mesin dan peralatan produksi yang tersedia jumlahnya harus mencukupi untuk proses produksi dalam periode tertentu.
3. Tenaga kerja yang tersedia harus mempunyai keahlian dibidangnya masing-masing.
4. Modal kerja yang dimiliki perusahaan seiring berjalannya waktu akan terjadi peningkatan atau penambahan di waktu yang akan datang karena perusahaan sudah mengalami kemajuan pesat dalam menjalankan usahanya.
5. Luas perusahaan yang optimal adalah kapasitas produksi dengan biaya produksi rata-rata per unit yang paling rendah.
6. Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan akan menyesuaikan tingkat kebutuhan perusahaan di waktu yang akan datang.

7. Kebijakan perusahaan dalam persediaan barang jadi seperti penjualan produk dan penyimpanan produk.

## 2. Biaya Non Produksi

Bastian Bustami dan Nurlela (2009) menyatakan bahwa biaya non produksi merupakan biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi disebut juga biaya operasi atau biaya komersial. Biaya ini dapat dikelompokkan sebagai berikut:

### a. Beban Pemasaran

Beban pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan apabila produk jadi atau selesai dan siap dipasarkan ke konsumen. Contohnya seperti beban iklan.

### b. Beban Administrasi

Beban administrasi yaitu biaya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Misalnya untuk gaji administrasi kantor.

### c. Beban keuangan

Beban keuangan adalah biaya-biaya yang muncul dalam melaksanakan fungsi-fungsi keuangan. Contohnya beban bunga.

## 2.4 Efisiensi Biaya Produksi

Menurut Daft (2010) efisiensi merupakan jumlah sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan, Horngren (2005) mengemukakan bahwa efisiensi yaitu adanya tekanan untuk menghasilkan laba yang maksimal dimana untuk mewujudkannya perusahaan harus terus-menerus menurunkan biaya produksi.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa efisiensi biaya produksi merupakan kemampuan perusahaan dalam menggunakan sumber daya dengan benar serta tingkat pemborosan yang serendah mungkin tanpa memerlukan biaya tambahan. Suatu proses produksi dikatakan efisien jika perusahaan menghasilkan produk berkualitas dengan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

Arafah (2004) mengemukakan bahwa terdapat dua cara yang digunakan dalam menilai efisiensi produksi, yaitu:



### 1. Penggunaan Standar

Efisiensi produksi dihitung dengan membandingkan antara biaya produksi per unit aktual dengan biaya per unit standar.

$$\text{Efisiensi produksi} = \frac{\text{biaya produksi aktual per unit}}{\text{biaya produksi standar per unit}}$$

Apabila hasil perbandingan semakin kecil maka biaya produksi tersebut semakin efisien.

### 2. Penggunaan Anggaran

Efisiensi biaya produksi dapat diukur dengan perbandingan antara biaya produksi aktual atau biaya produksi yang dianggarkan oleh perusahaan. Biaya produksi dikatakan efisien apabila biaya produksi aktual yang terjadi lebih kecil dari pada biaya produksi yang dianggarkan. Namun, biaya produksi dikatakan tidak efisien apabila biaya produksi aktual yang terjadi lebih besar dari pada yang dianggarkan perusahaan.

## 2.5 Perencanaan Laba

### 2.5.1 Pengertian Perencanaan Laba

Menurut Munawir (2011) menyatakan bahwa perencanaan laba merupakan perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam memperoleh laba. Tujuan utama dari perusahaan adalah memperoleh laba dikarenakan laba memiliki selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan. Perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan. Perencanaan laba memiliki hubungan antara biaya, volume dan harga jual. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki. Harga jual mempengaruhi volume penjualan. Sedangkan, volume penjualan mempengaruhi volume produksi.

### 2.5.2 Manfaat Perencanaan Laba

Manfaat perencanaan laba menurut Harahap (2010) sebagai berikut:

1. Memberikan pendekatan yang terarah dalam memecahkan permasalahan.
2. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya maksimal.

3. Mengerahkan penggunaan modal dan daya upaya pada kegiatan yang paling menguntungkan.

### 2.5.3 Pendekatan dan Keterbatasan Perencanaan Laba

Menurut Krismiaji (2002) mengemukakan bahwa pendekatan dalam perencanaan laba adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada balik modal yang diinvestasikan. Metode ini untuk penetapan tingkat keuntungan menjadi titik tolak penyusunan rencana.
2. Berdasarkan produk yang akan dijual. Metode ini untuk perencanaan yang di gunakan untuk memperoleh keuntungan.
3. Berdasarkan pada perhitungan menurut standar. Metode ini melakukan perhitungan dari proses perencanaan yang diukur dengan standar yang ada.

Sedangkan, keterbatasan dalam perencanaan laba meliputi:

1. Prediksi atau peramalan bukan suatu ilmu pasti sehingga perlu adanya pertimbangan dan estimasi.
2. Perencanaan laba harus ada komitmen dari manajemen dan kerja sama dari semua anggota manajemen.
3. Anggaran perusahaan untuk produksi dan penjualan yang tinggi tidak selalu sesuai dengan tujuan perusahaan.

### 2.5.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perencanaan Laba

Menurut Riyanto (2010) penetapan perencanaan laba dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini:

1. Laba atau rugi yang terjadi dalam perusahaan.
2. Volume penjualan yang harus di capai untuk menghasilkan laba yang memadai.
3. Volume penjualan yang dapat dihasilkan untuk kapasitas operasi pada saat produksi.
4. Titik impas atau *break even point* yaitu suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan.

## 2.6 Penentuan Harga Jual

Hansen dan Mowen (2001) mengemukakan bahwa harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual. Menurut Sodikin (2015) penentuan harga jual yaitu salah satu

keputusan manajemen. Titik keberhasilan atau baik buruknya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini. *Pricing* merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menjual produk dengan harga rendah untuk mengalahkan pesaingnya dan mencegah pesaing baru masuk ke dalam pasar yang sama.

Pricilia (2014) menyatakan bahwa strategi penentuan harga jual terdiri dari dua yaitu:

1. *Strimming pricing* adalah bentuk strategi penentuan harga jual produk atau jasa baru, dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif tinggi. Tujuan strategi ini digunakan yaitu agar perusahaan memperoleh laba yang maksimum dalam jangka pendek.
2. *Penetration pricing* merupakan bentuk strategi penentuan harga jual dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif rendah, sehingga perusahaan dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa tersebut dalam jangka pendek.

## 2.7 Metode *Target Costing*

### 2.7.1 Pengertian *Target Costing*

Krismiaji dan Aryani (2011) mengemukakan bahwa *target costing* merupakan proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan untuk pembuatan produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Perusahaan mempunyai dua pilihan untuk menurunkan biaya sampai pada target biaya, yaitu:

1. Mengintegrasikan teknologi manufaktur baru, menggunakan teknik – teknik manajemen biaya yang canggih dan mencari produktivitas yang lebih tinggi melalui perbaikan organisasi dan hubungan tenaga kerja. Cara tersebut dapat membuat perusahaan menurunkan biaya.
2. Melakukan desain ulang terhadap produk atau jasa, perusahaan dapat menurunkan biaya sampai mencapai level target biaya (*target costing*). Metode ini lebih umum digunakan karena keputusan merubah desain mempunyai pengaruh yang besar terhadap total biaya selama siklus hidup produk.

Pendekatan *target costing* dilakukan karena ada dua hal, yaitu:

1. Perusahaan memiliki pengendalian yang kurang terhadap harga yang ditetapkan.

Pendekatan tradisional, harga ditetapkan dari biaya produksi ditambahkan dengan tingkat laba yang diharapkan. Hal ini membuat perusahaan menetapkan harga di atas kemampuan daya beli yang dimiliki oleh konsumen sehingga akan dihindari oleh konsumen karena harga jual terlalu mahal. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang lebih murah. Berdasarkan kondisi tersebut, pendekatan *target costing* muncul sebagai akibat untuk menutupi kelemahan perusahaan yang tidak mampu melakukan pengendalian terhadap harga yang ditetapkan, yang dilakukan dengan penetapan harga jual terlebih dahulu.

## 2. Biaya produk ditentukan pada saat selesai proses produksi

Pendekatan tradisional, biaya produk ditentukan pada saat selesai proses produksi. Dimana konsumen akan cenderung menghindari pembelian produk perusahaan apabila dalam penentuan harga jual terlalu tinggi.

Selain itu, tujuan adanya *target costing* menurut Monden yang dikutip Himawan (2005), sebagai berikut:

1. Mengurangi biaya produk baru agar tingkat laba yang diinginkan dapat tercapai.
2. Memotivasi seluruh karyawan perusahaan agar memperoleh laba target pada saat pengembangan produk baru dengan adanya metode *target costing* di seluruh aktivitas perusahaan.

### 2.7.2 Prinsip-prinsip *Target Costing*

Menurut Witjaksono, dikutip dalam Gerungan (2013), menyatakan bahwa ada enam prinsip utama *target costing* yang harus diperhatikan dalam mengimplementasikan metode *target costing* sebagai berikut :

#### 1. Harga menentukan biaya atau *price led costing*.

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk tidak mudah. Harga jual sering ditentukan oleh pasar, sehingga *market price* digunakan untuk menentukan target biaya dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Target biaya} = \text{Harga pasar} - \text{Laba kotor yang diinginkan}$$

#### 2. Fokus pada konsumen/pelanggan.

Kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk yang dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat

atas fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya (Widialestariningsih *et al*, 2012).

3. Fokus pada desain produk dan desain proses.

Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi. Oleh karena itu, setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru (Widialestariningsih *et al*, 2012).

4. Melibatkan rantai nilai.

Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai seperti pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses target costing (Widialestariningsih *et al*, 2012).

5. *Cross Functional Team* merupakan karyawan yang berasal dari tingkat yang sama tetapi dari area kerja yang berbeda untuk menyelesaikan tugas atau proyek.

6. Orientasi daur hidup produk.

Meminimalkan biaya diantara harga bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, biaya distribusi dan biaya bauran pemasaran (Widialestariningsih *et al*, 2012).

### 2.7.3 Karakteristik *Target Costing*

Supriyono (2002) mengemukakan bahwa *target costing* mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut :

1. *Target costing* ditetapkan dalam tahap pengembangan dan perencanaan.
2. *Target costing* bukan metode manajemen untuk pengendalian biaya dalam pemikiran tradisional, tetapi salah satu tujuannya adalah mengurangi biaya.
3. *Target costing* lebih sesuai dalam produksi produk ganda kecil daripada perusahaan yang memproduksi beberapa produk besar.
4. Dalam proses penentuan *target costing*, banyak metode ilmu manajemen yang digunakan karena tujuan manajerial penentuan *target costing* meliputi teknik-teknik pengembangan dan perencanaan produk.
5. Kerja sama antar departemen diperlukan dalam melaksanakan *target costing*.

### 2.7.4 Tahap Implementasi *Target Costing*

Adapun lima tahap pengimplementasian pendekatan *target costing* menurut Blocher *et al* (2008) adalah sebagai berikut:



1. Menentukan harga pasar.  
 Harga jual yang ditentukan untuk suatu produk harus merupakan harga yang kompetitif agar dapat bersaing di pasar.
2. Menentukan laba yang diharapkan.  
 Dalam menentukan harga jual produk harus pula diperhitungkan berapa besar laba yang diharapkan perusahaan dari penjualan produk tersebut.
3. Menghitung target biaya atau *target cost* pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan.
4. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) untuk menentukan cara menurunkan biaya produk. Peranan rekayasa nilai dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade off* antara jenis dan level yang berbeda dalam fungsionalitas produk dan biaya produk total.
5. Menggunakan perhitungan biaya *kaizen* dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya. *Kaizen* merupakan perbaikan secara terus menerus. *Kaizen costing* terjadi pada tahap pengolahan, sehingga dampak rekayasa nilai dan desain langsung sangat terlihat.

#### 2.7.5 Langkah-langkah dalam *Target Costing*

Aprianty (2010) menyatakan bahwa terdapat tiga langkah dalam menghitung *target costing*:

1. Menentukan *Allowable Cost*  
*Allowable cost* merupakan jumlah biaya yang didapat dari selisih antara harga jual dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan.  

$$\text{Allowable cost} = \text{Target Selling Price} - \text{Target Profit Margin}$$
2. Menentukan *Drifting Cost*  
 Setelah diketahui besarnya *allowable cost*, selanjutnya menghitung *drifting cost*. *Drifting cost* yaitu penjumlahan biaya bahan baku, biaya proses, dan biaya lain-lain yang diperkirakan akan terjadi untuk memproduksi produk yang diproduksi.
3. *Value Engineering*  
 Rekayasa nilai (*value engineering*) adalah suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa mengurangi fungsi atau kualitas produk yang bersangkutan.

Rekayasa nilai bertujuan untuk mengurangi jumlah *drifting cost* sampai dapat menyamai atau bahkan kurang dari *allowable cost*.

### 2.7.6 Rekayasa Nilai atau *Value Engineering*

Hidayat dan Ardianto (2011) rekayasa nilai merupakan suatu cara pendekatan yang terencana dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mengefisienkan biaya yang tidak perlu. Rekayasa nilai digunakan untuk mencari alternatif-alternatif atau ide-ide yang bertujuan untuk menghasilkan biaya yang lebih rendah dari harga yang telah direncanakan sebelumnya dengan batasan fungsional tanpa mengurangi mutu pekerjaan.

Manfaat dari adanya penerapan *value engineering* adalah berkurangnya biaya proyek, meningkatnya kinerja proyek, meningkatnya kualitas proyek, kepuasan pelanggan/pemilik proyek, meningkatnya efisiensi, meningkatnya produktivitas, komunikasi antar pihak yang terlibat lebih baik, terciptanya banyak ide kreatif dan inovasi (Berawi, 2014)

Rekayasa nilai fokus pada suatu nilai untuk mencapai keseimbangan yang optimum antara waktu, biaya serta kualitas. Konsep ini mempertimbangkan hubungan antar nilai, fungsi dan biaya pada persepektif yang lebih luas untuk menciptakan nilai yang lebih pada proyek yang ditentukan. Metode rekayasa nilai dikembangkan untuk menyediakan cara pengelolaan nilai dan upaya peningkatan inovasi yang sistematis guna memberikan keunggulan daya saing bagi sebuah produk.

Konsep rekayasa nilai merupakan penekanan biaya produk atau jasa dengan melibatkan prinsip - prinsip *Engineering*. Teknik ini berusaha untuk mencapai mutu yang minimal sama dengan yang direncanakan dengan biaya seminimal mungkin. Oleh karena itu, rekayasa nilai bukanlah:

1. *Cost cutting process*, yaitu menurunkan biaya proyek dengan jalan menekan harga satuan, atau mengorbankan kualitas dan penampilan.
2. *Design Review*, mengoreksi hasil *design* yang ada.
3. *Requirement done on all design*, bukan menjadi keharusan dari setiap *designer* untuk melaksanakan *value engineering programs* (Chandra, 2014).
4. Mengurangi biaya dengan menurunkan penampilan dan kualitas.

5. *Value engineering* berusaha untuk mencapai mutu yang minimal sama dengan yang direncanakan dengan biaya serendah mungkin.

#### **2.7.7 Proseses *Target Costing***

*Target costing* yaitu biaya sumber daya yang harus dikonsumsi untuk menciptakan sebuah produk yang dapat dijual pada sebuah harga sasaran. Menurut Simamora (2012) *target costing* mempunyai empat komponen, meliputi:

1. Perencanaan dan analisis pasar
2. Pengembangan konsep
3. Desain produksi dan rekayasa nilai
4. Produksi dan peningkatan berkesinambungan

#### **2.7.8 Kendala dalam *Target Costing***

Menurut Gerungan (2013) terdapat beberapa kendala di perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*. Kendala-kendala tersebut meliputi:

1. Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
2. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah/dikurangi.
3. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.
4. Karyawan yang mengalami kegagalan karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.

#### **2.7.9 Perbandingan *Full Costing* dengan *Target Costing***

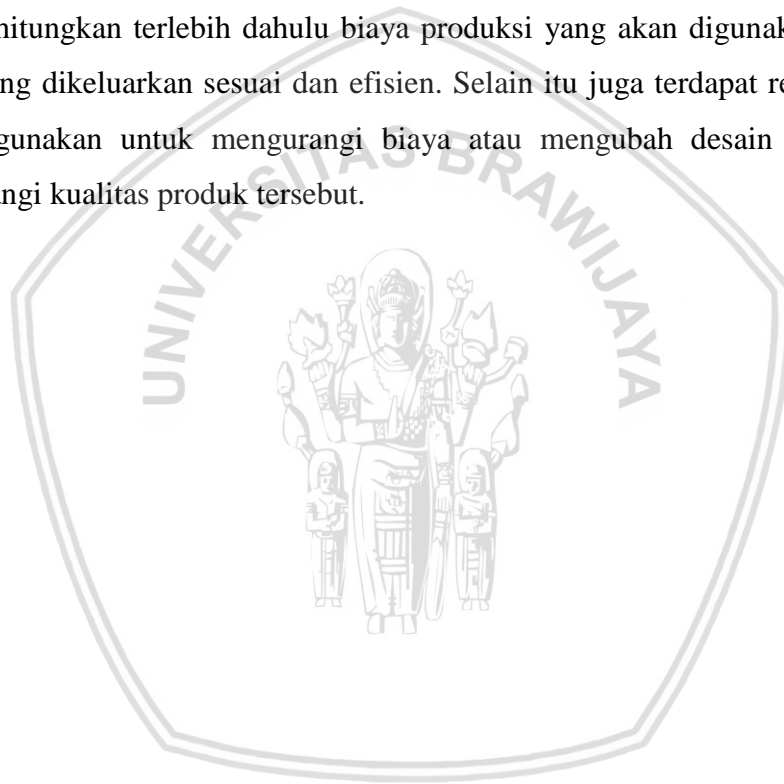
Firmansyah (2014) mengemukakan bahwa *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik biaya variabel maupun biaya tetap. Metode *full costing* dikenal juga dengan sebutan biaya standar atau biaya tradisional. Pendekatan *full costing* atau pendekatan tradisional di sajikan dalam bentuk laporan laba-rugi berdasarkan fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan.

Pendekatan *target costing* merupakan suatu proses yang sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba (Widialestariningsih *et al*, 2012). Penerapan *target costing* ini adanya rekayasa nilai atau *value engineering* yang bertujuan untuk meningkatkan manfaat produk bagi pelanggan. Rekayasa



nilai yang terpenting adalah memastikan manfaat akan lebih besar dari biaya yang harus ditanggung pelanggan.

Perbedaan kedua metode ini adalah dalam metode *full costing* biaya tetap sebagai komponen dalam penentuan harga pokok produk. *Full costing* untuk biaya *overhead* pabrik baik yang tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Selain itu, perusahaan tidak memperhitungkan dulu biaya yang akan dikeluarkan untuk produksi sehingga menyebabkan tidak efisiennya produksi. Sedangkan, metode *target costing* memperhitungkan terlebih dahulu biaya produksi yang akan digunakan sehingga biaya yang dikeluarkan sesuai dan efisien. Selain itu juga terdapat rekayasa nilai yang digunakan untuk mengurangi biaya atau mengubah desain tanpa harus mengurangi kualitas produk tersebut.



### III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

UD. Mutiara Rasa adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *home industry* yang memproduksi suwar - suwir makanan khas kota Jember – Jawa Timur, Indonesia sejak tahun 2000. Bahan baku suwar-suwir berasal dari tape singkong kemudian ditambahkan bahan tambahan yaitu gula pasir. Produk suwar-suwir bersaing ketat dalam penjualan *online* maupun *offline* di daerah Jember karena banyaknya pusat oleh-oleh yang menjual produk tersebut dengan berbagai rasa. Sehingga, UD. Mutiara Rasa harus memiliki keunggulan bersaing dengan kualitas produk yang terjamin sehingga konsumen dapat merasa puas.

Banyaknya pesaing suwat-suwir membuat UD. Mutiara Rasa Jember sulit untuk menaikkan harga dikarenakan banyaknya penjual *online* yang menjual dengan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan atau sesuai dengan harga pasar pada umumnya. Apabila perusahaan ingin menaikkan harga konsumen akan berpindah tempat ke produsen lain dikarenakan harga yang di tetapkan terlalu mahal. Adanya hal tersebut, perusahaan tidak dapat mencapai laba yang diharapkan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengefisiensikan biaya produksi untuk mengantisipasi.

Selain sulit menaikkan harga produk, kendala yang terdapat dalam penelitian ini adalah untuk bahan baku sulit didapatkan pada saat musim kemarau panjang dan musim hujan ubi kayu terlalu tinggi kadar airnya sehingga sulit mendapatkan tape singkong. Sehingga, perusahaan harus menyiapkan cara untuk mengatasi. Biasanya UD. Mutiara Rasa mengatasi hal tersebut dengan cara membeli bahan baku dari dataran tinggi seperti daerah bondowoso pada saat musim hujan. Adanya kendala tersebut perusahaan harus menerapkan cara agar biaya produksi efisien dan mencapai tujuan yaitu memperoleh laba yang maksimal.

Perusahaan harus mengetahui biaya yang akan efisien digunakan dalam biaya produksi suwar-suwir sehingga akan memudahkan dalam perhitungannya untuk efisiensi biaya tersebut. Biaya yang dimaksud adalah biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan, biaya non produksi termasuk biaya pemasaran, administrasi dan umum. Perusahaan menggunakan perhitungan biaya secara

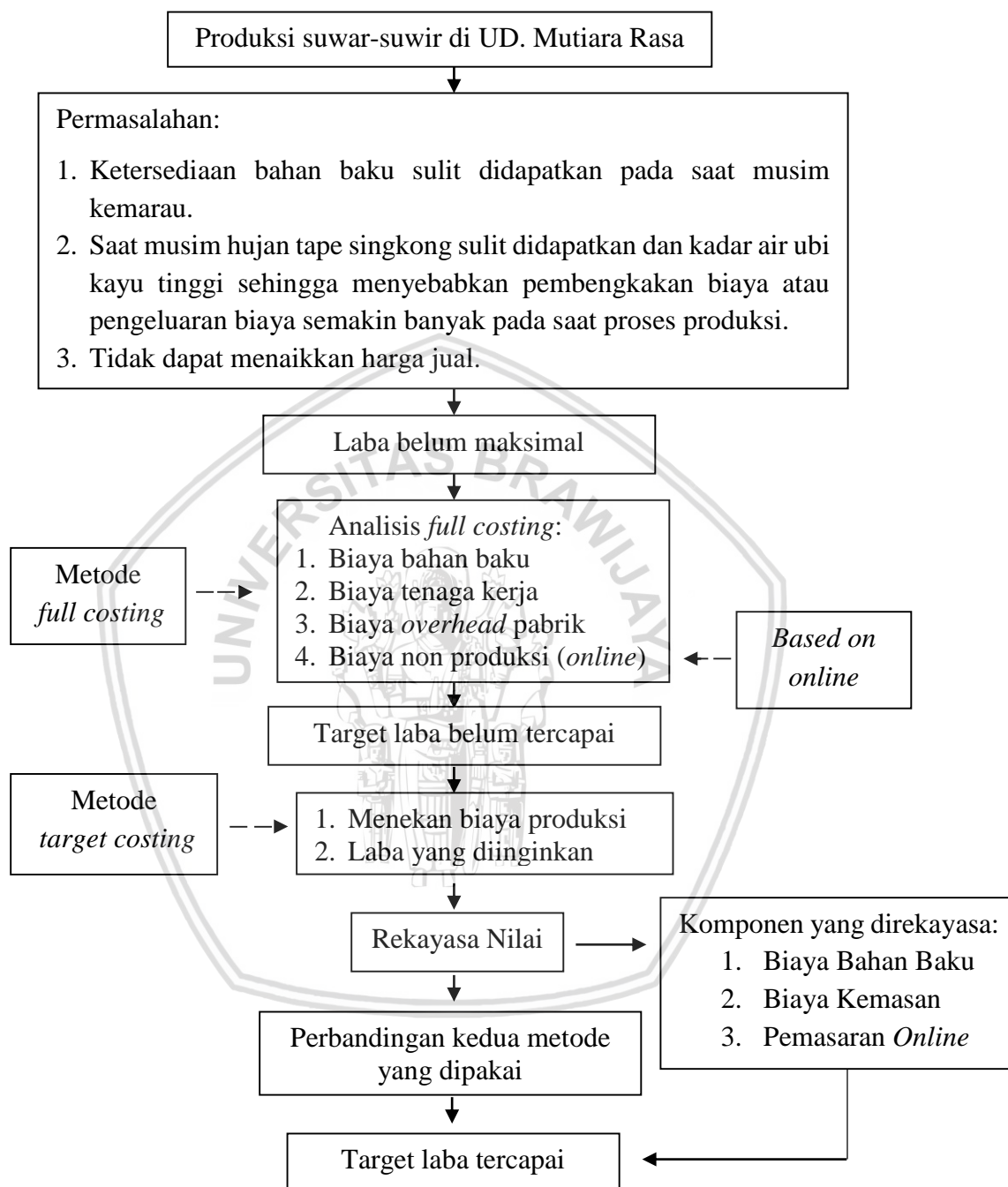
tradisional atau *full costing* dimana biaya standar yang dikeluarkan dalam produksi dengan memperkirakan keadaan ekonomi, efisiensi dalam produksi tersebut. Namun, dengan perhitungan tersebut perusahaan UD. Mutiara Rasa tetap tidak menaikkan harga jual dikarenakan harus mengikuti harga pasar yang ada dan untuk membuat konsumen tetap loyal terhadap produk suwar-suwir Mutiara Rasa sehingga perusahaan tetap mempertahankan dengan harga yang sudah ditentukan.

Metode *full costing* tersebut belum dapat mencapai target perusahaan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dimana keuntungan yang diharapkan perusahaan sebesar 40%. Sehingga, peneliti mengembangkan metode yang digunakan untuk mengefisienkan biaya produksi dengan metode *target costing*. Metode ini untuk menekan biaya produksi agar efisien. Sehingga, tujuan perusahaan untuk memperoleh laba maksimal dapat tercapai. Adanya target laba yang diinginkan perusahaan maka dapat dilakukan perhitungan dengan metode tersebut. Setelah perhitungan selesai maka tahap selanjutnya untuk memproduksi produk.

Perusahaan dalam menerapkan *full costing* dengan cara menghitung biaya secara keseluruhan. Namun, pada penelitian ini metode *target costing* memperhitungkan target laba dan harga jual produk. Kedua metode tersebut memiliki perbedaan dalam penerapannya dimana metode *target costing* menggunakan rekayasa nilai dengan tujuan dapat mengefisiensikan biaya produksi suwar – suwir. Ketika sudah diketahui metode-metode tersebut menghasilkan laba yang maksimal dan biaya produksi yang efisien maka dapat digunakan salah satunya untuk diterapkan.

Setelah itu, langkah selanjutnya yaitu menerapkan rekayasa nilai yang digunakan untuk menurunkan biaya produksi. Tahap rekayasa nilai ini merupakan tahap analisis biaya produksi yang dapat ditekan tanpa mengurangi kualitas produknya sehingga konsumen tetap tertarik tanpa ada kualitas yang menurun. Setelah konsumen terpenuhi keinginannya terhadap produk tersebut dan merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian produk berulang-ulang terhadap produk tersebut sehingga akan meningkatkan laba yang ingin dicapai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perubahan untuk perusahaan dengan biaya produksi yang efisien dan konsumen tetap menyukai produk suwar-suwir UD.

Mutiara Rasa dan menghasilkan laba yang maksimal. Berikut ini adalah skema kerangka pemikiran penerapan *target costing* di UD. Mutiara Rasa:



Keterangan: Alur pemikiran (→), Alur analisis (– – →)

Skema 1. Kerangka Pemikiran Tentang Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Pendekatan *Target Costing* Pada Produk Suwar-Suwir Berbasis *Online* Di UD. Mutiara Rasa, Jember, Jawa Timur.

### 3.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis penelitian tentang analisis *target costing* sebagai berikut:

1. Keuntungan yang diterima perusahaan dari penjualan *online* belum mampu mencapai target profit sesuai harapan perusahaan.
2. Efisiensi biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan *online* dengan penerapan *target costing* mampu membantu meningkatkan target profit perusahaan.

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Berikut ini merupakan definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Pendekatan *Target Costing* Pada Produk Suwar-Suwir Berbasis *Online* Di UD. Mutiara Rasa:

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
1	Biaya	Biaya Bahan Baku	Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku untuk memproduksi suwar-suwir.	Rupiah/tahun
2		Biaya Tenaga Kerja	Biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja dalam proses produksi.	Rupiah/tahun
3		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Biaya yang dikeluarkan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja.	Rupiah/tahun
4		Biaya Produksi	Biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya <i>overhead</i> yang dikeluarkan untuk produksi dari bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap dijual.	Rupiah/tahun

Tabel 1: Lanjutan

No	Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
5	Biaya	Biaya Non Produksi	Biaya yang berkaitan dengan biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran produk.	Rupiah/tahun
6		Biaya Pemasaran	Biaya yang digunakan perusahaan untuk menjual produk secara <i>online</i> .	Rupiah/tahun
7		Total Biaya	Total keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa.	Rupiah/tahun
8		Volume Produksi	Banyaknya produk yang dihasilkan oleh UD. Mutiara Rasa dalam sekali produksi.	Rupiah/tahun
9		Volume penjualan	Banyaknya produk suwar-suwir yang dijual oleh UD. Mutiara Rasa.	Rupiah/tahun
10		Harga Pokok Produksi	Total biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk dan sebagai acuan harga produk suwar – suwir.	Rupiah/tahun
11	Laba	Target Laba	Laba yang diinginkan perusahaan dari sebuah produk.	Persen (%) Rupiah/tahun
12		Laba Kotor	Perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan biaya penjualan produk.	Rupiah/tahun



Tabel 1: Lanjutan

No	Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
13	Laba	Laba Bersih	Laporan laba/rugi dengan adanya pendapatan dan biaya yang sudah dikurangi dengan pajak.	Rupiah/tahun
14		Margin Laba	Selisih antara biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk.	Persen (%) Rupiah/tahun
15	<i>Full Costing</i>	<i>Full Costing</i>	Metode yang digunakan untuk menghitung keseluruhan biaya yang digunakan dalam produksi agar mengetahui total biaya per unit.	Rupiah/tahun
16	<i>Target Costing</i>	<i>Target Costing</i>	Metode yang digunakan untuk merencanakan laba yang diharapkan dengan biaya produksi yang rendah dan efisien.	Rupiah/tahun
17		Rekayasa Nilai	Suatu metode untuk mengurangi biaya produksi tanpa mengurangi mutu atau kualitas produk.	Rupiah/tahun
18		Efisiensi	Keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan sumber biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan.	-
19		Efektif	Pencapaian sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan perusahaan.	-

## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan berdasarkan data perusahaan. Pendekatan kuantitatif ditinjau dari aspek tujuan untuk penafsiran data dan menampilkan hasil data analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan telah sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis komponen biaya dalam upaya meningkatkan keuntungan perusahaan.

### 4.2 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian di UD. Mutiara Rasa terletak di jalan Cendrawasih No.60, Pancakarya, Ajung, Kabupaten Jember, Jawa Timur dilakukan secara *purposive* atau secara langsung. Pemilihan lokasi penelitian di UD. Mutiara Rasa karena tempat tersebut salah satu yang memproduksi suwar-suwir. Selain itu, dengan adanya kendala seperti sulit menaikkan harga jual produk dikarenakan banyak pesaing yang menjual produk tersebut, sulitnya mendapatkan bahan baku saat musim kemarau panjang dan saat musim penghujan kadar air ubi kayu terlalu tinggi sehingga biaya produksi semakin membengkak untuk mengatasinya agar produk yang dihasilkan sesuai kualitasnya. Oleh karena itu, penelitian dilakukan di UD. Mutiara Rasa agar biaya produksi dapat efisien. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan selama 1 bulan mulai tanggal 20 Desember 2017 – 20 Januari 2018.

### 4.3 Metode Penentuan Responden

Penentuan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive*. Teknik ini dilakukan secara langsung atau sengaja oleh peneliti dengan pertimbangan bahwa sumber informasi atau *key information* memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk memperoleh data – data penelitian seperti biaya-biaya produksi, proses pembuatan suwar - suwir, pemasaran dan lain-lain. Responden dalam penelitian ini berjumlah 10 orang yaitu pemilik UD. Mutiara Rasa sekaligus sebagai kepala bagian produksi, bagian keuangan dan bertugas juga di bagian pemasaran, karyawan produksi berjumlah 3 orang dan karyawan bagian pengemasan berjumlah 5 orang.

#### 4.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari wawancara dan observasi. Sedangkan, data sekunder terdiri dari dokumentasi dan kajian pustaka seperti jurnal-jurnal yang mendukung. Data primer diperoleh dari sumber informasi yang menjadi narasumber dalam perusahaan. Data primer tersebut meliputi:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan menggali informasi dari narasumber yang dijadikan *key information*. Prosedur wawancara dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan pemilik perusahaan terkait dengan data yang dibutuhkan responden yang sudah ditetapkan di UD. Mutiara Rasa sesuai dengan topik penelitian. Data yang dibutuhkan berupa biaya-biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*, biaya pemasaran produk dan lain-lain.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lokasi penelitian seperti penerimaan bahan baku yang akan diproduksi dalam pembuatan suwar-suwir, jumlah bahan baku yang dibutuhkan dalam sekali produksi, mengamati proses produksi dari tape singkong menjadi suwar-suwir, mengetahui biaya produksi dan mengetahui cara pemasaran produk ke konsumen. Observasi dilakukan 4 kali dalam seminggu.

Sedangkan, data sekunder adalah sebagai berikut:

1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dapat membantu dalam memperoleh informasi terkait topik penelitian yang dilakukan. Salah satu contoh kajian pustaka adalah buku dan jurnal yang dijadikan referensi untuk memperoleh informasi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar atau foto yang mendukung adanya data yang *valid*. Data yang dibutuhkan dari perusahaan seperti struktur organisasi, data produksi, data penjualan, dan data biaya produksi suwar – suwir.

## 4.5 Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu:

### 4.5.1 Metode *Full Costing*

Metode ini digunakan untuk menentukan harga pokok produksi suwar-suwir per bungkus dengan menghitung secara keseluruhan biaya produksi. Metode *full costing* diterapkan di UD. Mutiara Rasa digunakan untuk menghitung biaya standar bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi. Perhitungan dalam menentukan biaya standar adalah:

1. Menghitung biaya bahan baku

$$\text{Biaya bahan baku (per bungkus)} = \frac{\text{Total biaya bahan baku}}{\text{volume produksi}} \dots\dots(1)$$

2. Menghitung biaya tenaga kerja langsung

$$\text{Biaya tenaga kerja langsung (per bungkus)} = \frac{\text{Total biaya tenaga kerja langsung}}{\text{volume produksi}} \dots\dots(2)$$

3. Menghitung biaya *overhead* pabrik

$$\text{Biaya overhead pabrik (per bungkus)} = \frac{\text{Total biaya overhead pabrik}}{\text{volume produksi}} \dots\dots(3)$$

4. Menghitung biaya non produksi

$$\text{Biaya administrasi (per bungkus)} = \frac{\text{Total biaya administrasi}}{\text{volume produksi}} \dots\dots(4)$$

$$\text{Biaya penjualan atau pemasaran (per bungkus)} = \frac{\text{Total biaya penjualan}}{\text{volume produksi}} \dots\dots(5)$$

5. Menghitung total biaya per bungkus dengan menjumlahkan semua biaya dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi.

6. Menghitung laporan laba rugi

$$\text{Penjualan} = \text{Harga jual produk} \times \text{Total penjualan} \dots\dots(6)$$

$$\text{Laba kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga pokok produksi} \dots\dots(7)$$

$$\text{Laba bersih} = \text{Laba kotor} - \text{Biaya non produksi} \dots\dots(8)$$

7. Menghitung *profit margin*

$$\text{Profit margin penjualan tahun 2017} = \frac{\text{Laba tahun 2017}}{\text{Penjualan suwar-suwir thn 2017}} \times 100\% \dots\dots(9)$$

$$\text{Profit margin per bungkus suwar-suwir} = \frac{\text{Laba perbungkus thn 2017}}{\text{Penjualan perbungkus}} \times 100\% \dots\dots(10)$$

#### 4.5.2 Metode *Target Costing*

Metode ini digunakan untuk mengelola biaya produksi yang efisien agar memperoleh laba yang diharapkan di UD. Mutiara Rasa. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama satu tahun terakhir yaitu tahun 2017. Langkah-langkah dalam penerapan *target costing* sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual sesuai yang ditetapkan di UD. Mutiara Rasa.
2. Menentukan laba yang diharapkan oleh UD. Mutiara Rasa.
3. Menghitung *target costing* dimana biaya yang efisien digunakan dalam produksi sehingga mendapatkan keuntungan yang diharapkan perusahaan. Model perhitungan yang digunakan yaitu:

$$\text{Target biaya} = \text{Harga jual} - \text{Laba yang diharapkan}$$

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan:

$TC_i$  = *Target cost* per unit produk

$P_i$  = Harga jual per satuan produksi

$M_i$  = *Profit* per satuan produksi (*Target profit* x Harga jual/satuan)

4. Menghitung total biaya produksi yang efisien berdasarkan harga dan laba yang diinginkan perusahaan.

$$\text{Total produksi} = \text{Total penjualan per tahun} - \text{Laba yang diharapkan per tahun}$$

5. Melakukan rekayasa nilai yang berguna untuk menurunkan biaya produksi yang efisien tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.

#### 4.5.3 Metode Deskriptif Komparatif

Metode ini digunakan untuk membandingkan antara metode *full costing* dengan metode *target costing*. Kedua metode tersebut dibandingkan untuk melihat biaya yang dikeluarkan dan laba yang didapatkan perusahaan. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mengetahui metode mana yang dapat memberikan keuntungan yang maksimal dengan biaya produksi yang rendah. Sehingga, perusahaan dapat mengambil keputusan untuk menggunakan metode mana yang tepat diterapkan.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Gambaran Umum Perusahaan

#### 5.1.1 Sejarah Perusahaan Penelitian

UD. Mutiara Rasa merupakan salah satu produsen makanan khas kota Jember yang memproduksi suwar – suwir mulai tahun 2000. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Hanifulloh. Lokasi UD. Mutiara Rasa di Jl. Cendrawasih 60 Pancakarya Ajung Jember. Pendirian UD. Mutiara Rasa Jember merupakan inisiatif Bapak Hanifulloh yang dahulunya bekerja sebagai tukang becak yang mempunyai pelanggan seorang produsen suwar - suwir. Sehingga, Bapak Hanifulloh memutuskan untuk memulai berbisnis suwar – suwir. Tenaga kerja di perusahaan tersebut berjumlah 17 orang yang terdiri dari bagian pemasaran dan bagian keuangan berjumlah satu orang karyawan dan karyawan yang terdiri dari 6 karyawan laki-laki bagian produksi dan 10 karyawan perempuan bagian pengemasan.. Perkembangan serta penambahan kapasitas produksi selalu digencarkan setiap tahunnya, salah satunya dengan mengajukan surat ijin usaha ke Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Jember serta kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Jember.

Berkembangnya usaha UD. Mutiara Rasa tersebut, maka pemilik serta pengembang mendirikan tempat produksi lebih bagus lagi dalam tata kelola beroperasi serta memperluas *market share* dengan tujuan memperbesar akses pemasaran hingga pasar global. Setiap perkembangan dan pertumbuhan kapasitas produksi suwar - suwir UD. Mutiara Rasa Jember selalu di imbangi dengan adanya teknologi, Sumber Daya Manusia yang mumpuni serta Sumber Daya Alam yang selalu menyiapkan bahan baku agar memperoleh hasil yang maksimal. *Controlling* dilakukan di perusahaan ini dengan tujuan untuk memastikan kualitas dan kuantitas produk yang di hasilkan terbaik dan mampu bersaing di pasar.

Pemasaran yang dilakukan di UD. Mutiara Rasa secara *online* dan *offline*. Adanya pemasaran *online* dapat menghasilkan keuntungan lebih, karena produk suwar – suwir dapat dikenal oleh masyarakat luas seperti masyarakat luar jawa yang memesan melalui *online*. Media *online* yang digunakan perusahaan tersebut seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Email. Namun, dengan adanya media *online* maka pesaing – pesaing dengan produk yang sama bermunculan sehingga produk



yang dikeluarkan perusahaan harus memiliki kualitas yang baik agar konsumen tetap loyal terhadap produk tersebut.

### 5.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

#### Visi Perusahaan

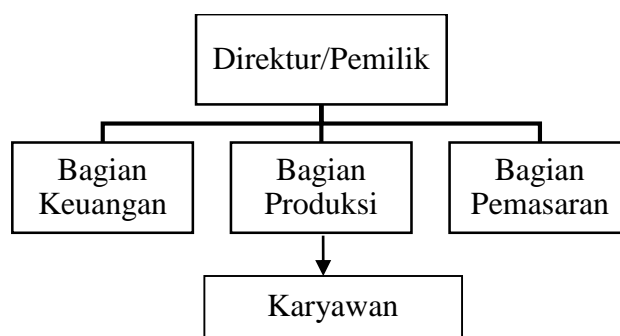
Mencapai keuntungan yang optimal dalam rangka menjamin kontinuitas proses produksi dan perolehan laba yang maksimal, berusaha menjadi pemimpin pasar pada pasar lokal Jember, memperluas pemasaran hingga nasional dan internasional serta pelebaran mitra kerja penyedia bahan baku singkong ke petani singkong.

#### Misi Perusahaan

1. Meningkatkan dan menjaga kualitas hasil produksi perusahaan. Kualitas suatu barang merupakan kunci dalam kelancaran pemasaran sebab dengan mutu yang baik yang akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen sehingga akan meningkatkan pemasaran dari hasil produksi.
2. Menjaga kelancaran proses produksi dari kontinuitas perusahaan.
3. Meningkatkan volume penjualan serta kelancaran produksi ditambah dengan laba yang maksimal, maka diharapkan kontinuitas perusahaan akan lebih terjamin.

### 5.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi UD. Mutiara Rasa berbentuk garis yaitu bentuk organisasi dengan rantai perintah jelas dan mengalir kebawah melalui tingkatan - tingkatan manajerial sehingga dapat terlihat bahwa setiap orang mempunyai hubungan - hubungan pelaporan hanya dengan satu atasan sehingga ada kesatuan perintah.



Skema 1. Struktur Organisasi UD. Mutiara Rasa Jember  
(Sumber : UD. Mutiara Rasa Jember 2015)

Bagian direktur atau pemilik perusahaan adalah Bapak Hanifulloh yang bertugas juga sebagai kepala bagian produksi karena dalam proses produksi berlangsung Bapak Hanifulloh yang mengawasi langsung karyawan yang bekerja. Bagian pemasaran dan bagian keuangan berjumlah satu orang karyawan yaitu Bapak Umar yang merupakan anak dari Bapak Hanifulloh yang bertugas untuk memasarkan produk *online* dan *offline* dan mengelola keuangan perusahaan. Sedangkan, karyawan bagian produksi berjumlah 6 orang laki – laki dan 10 orang karyawan perempuan. Adapun tugas dan tanggung jawab masing - masing bagian dalam struktur organisasi antara lain:

1. Direktur/Pemilik

Tugas direktur adalah melaksanakan kebijakan yang ditetapkan perusahaan. Menentukan langkah - langkah untuk mencapai tujuan perusahaan. Memberikan petunjuk dan bimbingan kepada bawahan dalam melaksanakan operasi penjualan. Mengadakan rapat - rapat dalam memecahkan masalah serta bertanggung jawab atas semua karyawan yang berada dibawah kekuasannya dan mengontrol semua aktivitas perusahaan.

2. Bagian Keuangan

Bagian keuangan bertanggung jawab terhadap kegiatan administrasi dan pengarsipan selama masa produksi berlangsung serta manajemen keuangan dan administrasi pembukuan keuangan. Tugas dari bagian administrasi dan keuangan yaitu mencatat transaksi perusahaan, membuat laporan keuangan dan menyimpan bukti keluar masuknya kas perusahaan.

3. Bagian produksi dan karyawan

Bagian produksi bertanggung jawab terhadap baik atau buruknya kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan dan menjaga ketetapan produksi, selain itu bertanggung jawab atas kelancaran proses produksi dari awal sampai akhir, sehingga sesuai dengan apa yang telah ditetapkan perusahaan. Memberikan petunjuk pada karyawan yang berhubungan dengan proses produksi.

4. Bagian pemasaran

Bagian ini mempunyai tanggung jawab atas terjual atau tidaknya produk yang diproduksi oleh bagian produksi juga terhadap kualitas dan kuantitas produk selama pengiriman, ketetapan produk sampai pada konsumen.

#### 5.1.4 Peraturan Perusahaan

Setiap perusahaan menetapkan waktu kerja terhadap aktivitas yang dilaksanakan dalam menjaga kontinuitas dan siklus hidup perusahaan. Waktu kerja meliputi jam kerja dimana para tenaga kerja ditentukan untuk berada ditempat kerja dan melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh perusahaan. Adapun jam kerja yang telah ditentukan oleh UD. Mutiara Rasa adalah sebagai berikut:

1. Proses Produksi Tahap Awal (Proses Pemasakan)

Hari senin, selasa, rabu, kamis, sabtu dan Minggu pukul 03.00 pagi – 12.00 siang. Sedangkan, hari Jumat perusahaan menetapkan hari libur bagi seluruh karyawan.

2. Proses Produksi Tahap Kedua (Proses Pembungkusan Perbiji Suwar - Suwir)

Proses ini di mulai pukul 06.30 – 13.00 WIB oleh karyawan wanita.

UD. Mutiara Rasa menetapkan hari kerja bagi para karyawannya selama enam hari dalam satu minggu, yaitu di mulai setiap hari kecuali hari Jumat dijadikan hari libur bagi para karyawan. Hari kerja selama enam hari dalam satu minggu ditentukan berdasarkan kebutuhan perusahaan dalam memenuhi kapasitas produksinya.

3. Karyawan menggunakan seragam kerja disesuaikan dengan hari bekerja. Hari senin dan selasa biasanya menggunakan kaos berwarna ungu, rabu dan kamis kaos berwarna hijau sedangkan sabtu dan minggu kaos berwarna merah.
4. Semua karyawan harus tepat waktu datang sesuai jam kerjanya.

#### 5.1.5 Tenaga Kerja

Penentuan tenaga kerja merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Ketetapan perusahaan dalam menentukan jumlah tenaga kerja akan membawa implikasi bukan hanya pada persoalan biaya yang harus dikeluarkan melainkan juga produktivitas dan kinerja tenaga kerja. Kelebihan tenaga kerja dapat menyebabkan terjadinya pemborosan biaya, tetapi apabila mengalami kekurangan tenaga kerja dapat menimbulkan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kapasitas produksinya.

Perusahaan harus mampu memperhitungkan tenaga kerja yang diperlukan secara tepat sehingga produktivitas tenaga kerja bisa lebih mudah untuk dipantau.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka perusahaan suwar - suwir UD. Mutiara Rasa menetapkan jumlah tenaga kerja sebanyak 17 orang dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 1. Data Tenaga Kerja UD. Mutiara Rasa

No	Jabatan	Jumlah
1	Bagian Pemasaran dan keuangan	1
2	Bagian Produksi	6
3	Bagian Pengemasan	10
Jumlah		17

Sumber : UD. Mutiara Rasa Jember, 2015

Penentuan jumlah tenaga kerja sebanyak 17 orang merupakan kebijakan yang diambil oleh pimpinan perusahaan suwar - suwir UD. Mutiara Rasa Jember sesuai dengan kebutuhan tenaga kerja dalam mewujudkan produktivitas kerja. Tenaga kerja langsung berjumlah 16 orang sedangkan tenaga kerja tidak langsung berjumlah 1 orang pada bagian pemasaran dan keuangan. Jumlah tenaga kerja ditentukan dengan pertimbangan kemampuan perusahaan untuk menanggung biaya yang harus dikeluarkan bagi para tenaga kerja. Kesesuaian jumlah tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan akan memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan perusahaan.

#### 5.1.6 Produk UD. Mutiara Rasa

Perusahaan makanan suwar - suwir khas kota Jember UD. Mutiara Rasa dalam produksinya menghasilkan berbagai jenis bentuk dan rasa baik itu secara *continue* maupun secara pesanan. Produk Suwar – suwir UD. Mutiara Rasa Jember antara lain:

1. Segi bentuk dan warna suwar – suwir:
  - a. Suwar - suwir panjang warna dan rasa - rasa lapis empat
  - b. Suwar - suwir panjang natural (tanpa pemutih, pewarna dan perasa)
  - c. Suwar - suwir panjang berwarna dan rasa tanpa lapis
  - d. Suwar - suwir mini spesial
  - e. Suwar - suwir mini warna dan rasa - rasa berlapis empat

## 2. Segi Kemasan Suwar – suwir:

- a. Kemasan biasa dengan berat 450 gram
- b. Kemasan tas dengan berat 1 kg
- c. Kemasan mika besar dengan berat 1 kg
- d. Kemasan mika kecil dengan berat 500 gram
- e. Kemasan spesial tas dengan berat 450 gram
- f. Kemasan batangan dengan berat 1 kg
- g. Kemasan mini spesial dengan isi 100 biji

Banyaknya kemasan yang ada di UD. Mutiara Rasa yang digunakan perusahaan biasanya kemasan mika per kilogram. Hal tersebut dikarenakan banyaknya konsumen yang memesan produk tersebut dengan kemasan 1 kg dengan harga Rp 20.000. Perusahaan akan memproduksi suwar – suwir sesuai dengan pesanan konsumen dengan kemasan yang sudah dipesan. Kemasan yang lain jarang di pesan karena harganya lebih mahal dibandingkan dengan kemasan mika tersebut. Biasanya untuk macam – macam rasa seperti ekstrak kulit manggis, daun mint, kopi, ekstrak daun sirih dan masih banyak lagi jarang di pesan karena harga yang mahal dan rasanya banyak yang kurang berminat. Rasa yang diminati konsumen adalah suwar – suwir original, dan campuran rasa yang terdiri dari rasa coklat, rasa melon dan rasa strawberry.

### 5.1.7 Bahan Baku dan Peralatan

#### 1. Bahan baku

Produksi di perusahaan UD. Mutiara Rasa Jember dilakukan dengan dua cara yaitu dilakukan secara *continue* dan secara pesanan. Pembagian produksi suwar - suwir ini dibagi menjadi dua dengan tujuan menjaga kualitas dan kuantitas produksi, dengan melakukan pengembangan dan meningkatkan daya saing perusahaan terhadap para pesaingnya. Perusahaan makanan khas kota Jember berupa suwar - suwir dalam memproduksi menggunakan bahan – bahan antara lain:

#### 1. Bahan Baku dan Bahan Penolong

- a. Tape singkong merupakan bahan baku utama dalam pembuatan suwar – suwir.
- b. Gula pasir merupakan bahan yang digunakan untuk menambah rasa manis suwar – suwir.

- c. Perasa atau pewarna makanan digunakan untuk menambah aneka rasa macam suwar – suwir sesuai dengan keinginan konsumen.

Bahan baku dalam pembuatan suwar – suwir hanya terdiri dari tape singkong, gula dan perasa makanan jika diperlukan. Bahan baku yang digunakan terutama tape singkong harus dengan standar yang ditentukan seperti kualitas yang super, rasa yang manis dan tidak terlalu mengandung kadar air yang banyak akan menghasilkan suwar – suwir yang berkualitas. Namun, apabila tape singkong yang digunakan tidak baik seperti kadar air yang terlalu tinggi mengakibatkan suwar – suwir yang dihasilkan tidak sesuai harapan seperti tekstur yang tidak halus.

## 2. Peralatan

Peralatan produksi yang lengkap akan menunjang kelancaran dalam proses produksi perusahaan. Peralatan yang digunakan dalam memproduksi suwar – suwir adalah sebagai berikut:

### 1. Tungku

Alat ini dibuat untuk memanaskan jenang pada proses produksi kedua setelah pencampuran bahan utama yaitu tape singkong dan gula pasir.

### 2. Wajan

Alat ini digunakan untuk memasak jenang agar mudah di aduk serta digunakan untuk pencampuran bahan tambahan seperti perasa atau pewarna makanan.

### 3. Timba

Alat ini digunakan untuk menyimpan tape untuk di produksi serta untuk tempat pencampuran tape dan gula.

### 4. Kompor Kecil

Alat ini digunakan untuk membungkus suwar - suwir dengan plastik.

### 5. Meja Roll

Alat ini digunakan untuk meratakan cetakan suwar - suwir agar bentuk dan teksturnya sesuai dengan yang di inginkan.

### 6. Alat Pengaduk Kayu

Alat ini digunakan untuk mengaduk adonan suwar - suwir ketika proses pemasakan jenang serta untuk mengaduk pencampuran warna dan rasa.



7. Pisau

Alat ini digunakan untuk memotong suwar - suwir yang setengah jadi agar dibentuk sesuai dengan keinginan.

8. Penggaris Kayu

Alat ini digunakan untuk mengukur suwar - suwir yang masih berbentuk persegi panjang di meja untuk di potong kecil memanjang agar lebih mudah untuk ditiriskan.

9. Timbangan

Alat ini digunakan untuk menimbang komposisi bahan baku seperti tape singkong dan gula serta digunakan untuk menimbang berat setiap kemasan suwar - suwir yang sudah siap untuk dipasarkan.

10. Staples

Alat ini digunakan untuk merekatkan kemasan.

11. Komputer dan Printer

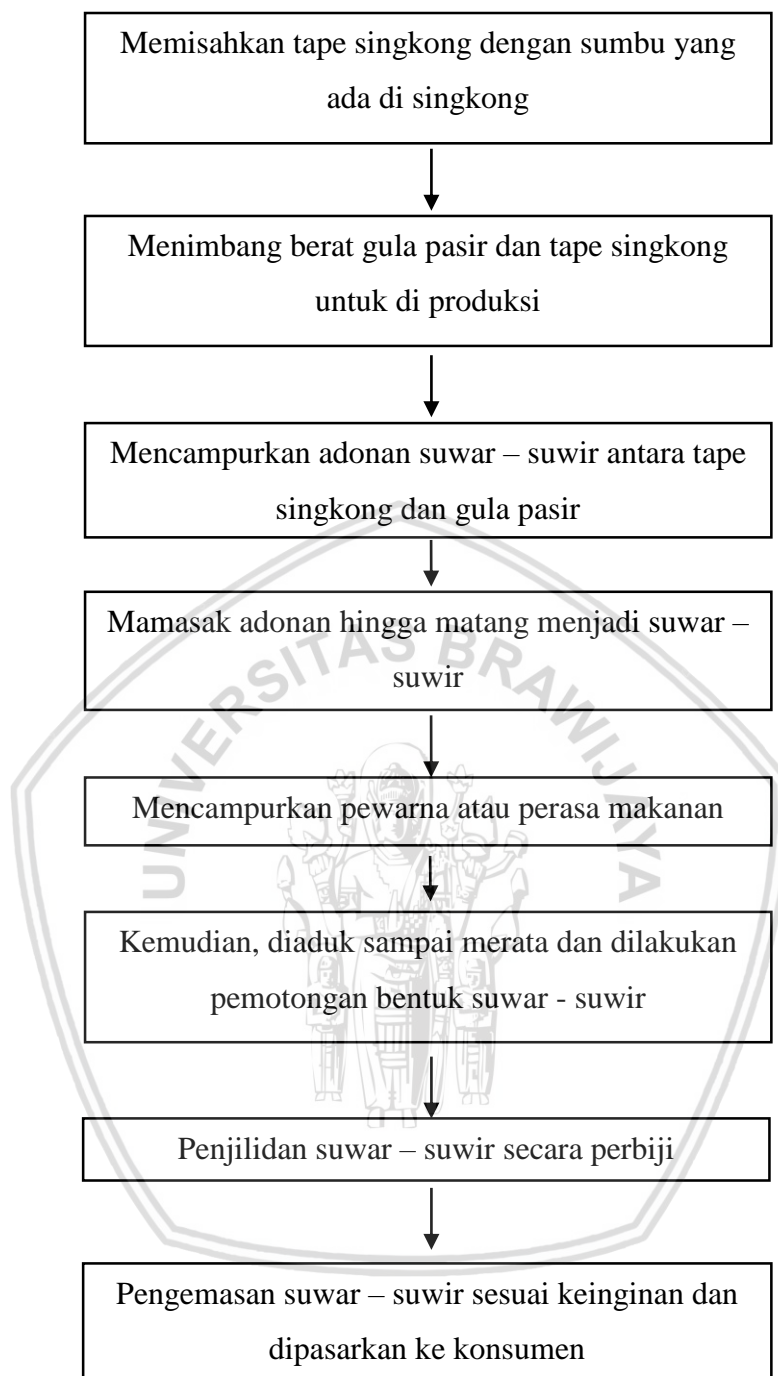
Alat ini digunakan untuk mengelola data – data aktivitas UD. Mutiara Rasa, untuk keperluan desain kemasan suwar – suwir serta untuk pembuatan tanggal kadaluarsa.

12. Mesin Penghalus

Alat ini digunakan untuk menghaluskan tape sebelum diproduksi.

### 5.1.8 Proses Produksi Suwar – Suwir

Proses produksi perusahaan suwar - suwir UD. Mutiara Rasa Jember dilakukan dalam beberapa tahap. Adapun tahap - tahap proses produksi dapat dilihat dibawah ini:



Skema 2. Proses produksi Suwar - suwir UD. Mutiara Rasa Jember  
Sumber: UD. Mutiara Rasa Jember, 2015

Jadi, proses produksi suwar – suwir di UD. Mutiara Rasa dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, memisahkan tape singkong dengan sumbu atau serabutnya sehingga saat proses memasak tidak ada serabut yang tercampur. Kedua, menimbang berat gula pasir dan tape singkong yang akan di produksi agar takaran sesuai dengan jumlah yang akan di produksi. Ketiga, mencampurkan adonan tape

singkong dengan gula pasir agar menyatu pada saat di produksi. Keempat, memasak adonan tersebut sampai matang menjadi suwar – suwir, biasanya warna adonan tersebut akan berubah warna apabila sudah matang. Dimana warna sebelum di olah berwarna putih, ketika sudah diolah warnanya akan berubah menjadi kecoklatan. Saat memasak suwar – suwir ini kurang lebih membutuhkan waktu 2 jam. Kelima, mencampurkan pewarna atau perasa makanan jika pesanan dari konsumen meminta untuk berbagai macam rasa seperti rasa ekstrak daun sirsak, ekstrak daun manggis, daun mint, strawberry, nangka, cokelat dan apel. Namun, biasanya perusahaan lebih sering memproduksi suwar – suwir yang original serta rasa melon, cokelat dan strawberry dikarenakan konsumen lebih menyukai rasa tersebut. Keenam, mengaduk adonan suwar – suwir sampai merata lalu di bentuk sesuai dengan meja roll yang ada kemudian dipotong sesuai ukurannya. Ketujuh, melakukan penjilidan suwar – suwir per biji dengan pisau. Kesembilan, pengemasan suwar – suwir dengan pemberian label atau sticker untuk dipasarkan ke konsumen.

#### 5.1.9 Kapasitas Produksi

Perusahaan mampu memproduksi suwar – suwir setiap harinya sebanyak 300 kilogram. Bahan baku tape singkong yang diperlukan setiap harinya mencapai 240 kilogram sampai 300 kilogram per harinya. Produksi yang dilakukan tergantung dari *supplier* yang mengantarkan bahan baku tersebut. Apabila bahan baku tersedia banyak maka perusahaan akan memproduksi sesuai jumlah yang banyak. Namun, apabila tape singkong sulit didapat perusahaan akan memproduksi sedikit sesuai dengan yang diantar *supplier* tersebut.

Produksi suwar – suwir juga tergantung dari alat yang digunakan perusahaan. Alat yang digunakan untuk memproduksi suwar – suwir adalah wajan yang berukuran besar. Biasanya untuk mengolah tape singkong sebanyak 300 kilogram membutuhkan 8 kali pengadukan dalam dua wajan yang digunakan. Satu wajan pengadukan bahan suwar – suwir membutuhkan waktu kurang lebih dua jam untuk penyelesaiannya.

Produksi yang dihasilkan setiap harinya adalah 300 kilogram suwar – suwir. Suwar – suwir tersebut dijual secara *online* dan *offline*. Jumlah suwar – suwir yang akan dipasarkan sesuai dengan jumlah bahan baku yang di produksi. Penjualan *online* dan *offline* berimbang yaitu 50% atau 28.287 kilogram suwar – suwir yang

terjual setiap harinya. Perusahaan juga menyesuaikan produksinya dengan permintaan konsumen yang memesan suwar – suwir. Konsumen biasanya memesan secara *online* dan langsung ke tempat produksi. Permintaan konsumen akan dipertimbangkan apabila pada musim hujan dikarenakan bahan baku sulit didapatkan sehingga tidak bisa memproduksi sesuai harapan konsumen sehingga perusahaan memproduksi sesuai bahan baku yang ada.

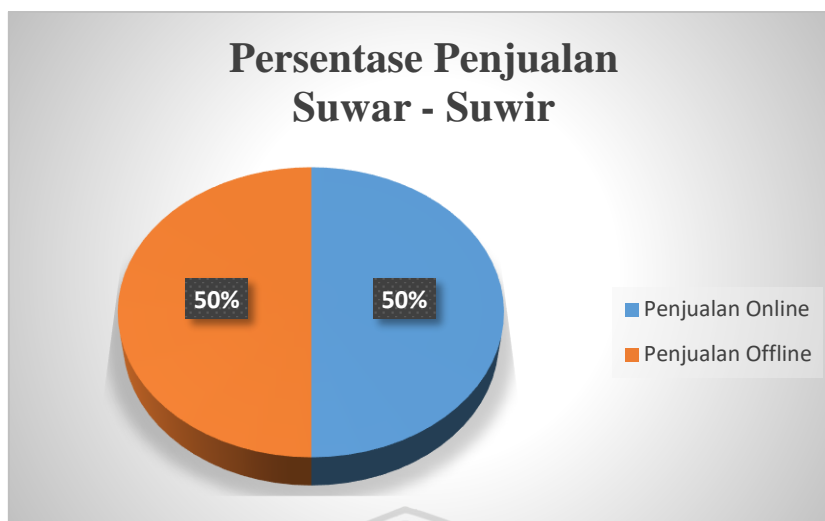
#### **5.1.10 Wilayah Pemasaran**

Pemasaran suwar – suwir UD. Mutiara Rasa terbagi dua cara yaitu secara *online* dan *offline*. Pemasaran *online* melalui Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Email. Sedangkan, untuk *offline* biasanya agen toko langsung datang ke UD. Mutiara Rasa dan biasanya ada juga yang diantar oleh pihak perusahaan sesuai perjanjian kedua belah pihak. Pembagian produk yang dijual antara *online* dan *offline* adalah total produksi di bagi menjadi dua sehingga perbandingannya adalah 50% : 50%. Produk suwar – suwir langsung terjual habis karena sudah mempunyai pelanggan tetap dan biasanya perusahaan memproduksi sesuai jumlah permintaan konsumen.

Penjualan secara *online* biasanya mencakup semua pulau Jawa dan luar Jawa. Pemesanan *online* diluar jawa biasanya langsung memesan suwar – suwir dengan jumlah banyak sehingga perusahaan harus menyediakan suwar - suwir dengan jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumen. Sedangkan, untuk wilayah Jawa biasanya yang memesan hampir keseluruhan kota di Jawa. Penjualan suwar – suwir secara *offline* lebih banyak di daerah Kabupaten Jember karena UD. Mutiara Rasa sudah mempunyai pelanggan tetap di Jember biasanya bekerja sama dengan pusat toko oleh – oleh yang ada di Jember seperti UD. Primadona, Prima Rasa, Toko Rezeki dan lain – lain.

#### **5.2 Perbandingan Penjualan Online dan Offline**

Perbandingan penjualan secara *online* maupun *offline* adalah 50% : 50%. Penjualan *online* 50% atau sekitar 28.287 kilogram suwar – suwir yang dihasilkan dijual melalui berbagai macam media *online* yang terdiri dari WhatsApp 25%, Facebook 10%, Instagram 10%, Email 5%. Penjualan *offline* langsung ke konsumen atau ke agen yang sudah bermitra dengan UD. Mutiara Rasa. Berikut adalah persentase penjualan suwar – suwir UD. Mutiara Rasa:



Gambar 1. Persentase Penjualan Suwar – Suwir

Persentase penjualan antara *online* dan *offline* sama sehingga pendapatan yang dihasilkan juga sama. Hal tersebut dikarenakan harga jual dari perusahaan adalah sama sebesar Rp 20.000. Perusahaan menjual semua produk saat setelah produksi dikarenakan konsumen sudah memesan terlebih dahulu dan sudah ada kerja sama dengan toko atau agen. Penjualan *online* diminati konsumen dikarenakan mudah untuk diakses tanpa harus datang langsung ke tempat produksi. Adanya *online* tersebut mudah dijangkau dan lebih cepat dalam pemesanan sehingga menghemat biaya konsumen. Berikut ini adalah persentase penjualan *online* dan total produksi tahun 2014 sampai 2017:

Tabel 2. Total Produksi dan Persentase Penjualan *Online* Tahun 2014 - 2017

No	Tahun	Total Produksi	Persentase Penjualan <i>Online</i>	Kuantitas (Kilogram)
1	2014	43.674	10%	4.367
2	2015	49.420	20%	9.884
3	2016	53.375	35%	18.681
4	2017	56.574	50%	28.287

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa setiap tahun total produksi mengalami kenaikan setiap tahunnya dan persentase penjualan *online* setiap

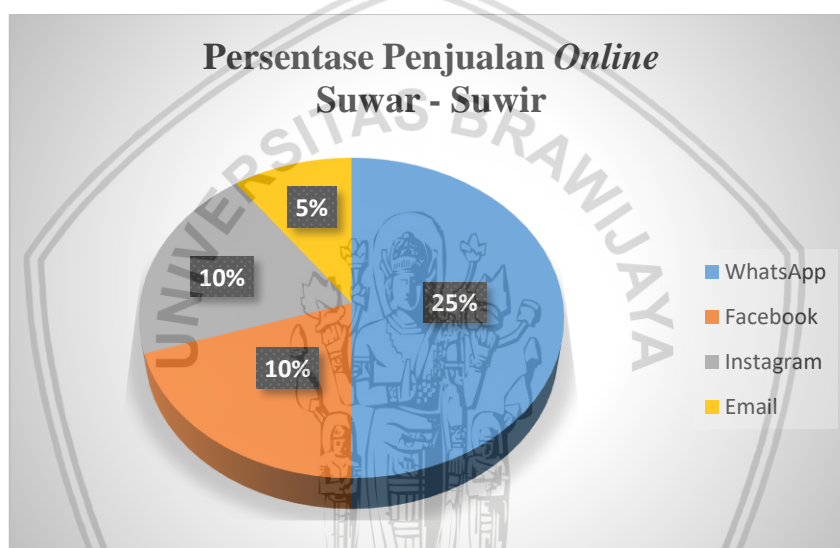
tahunnya mengalami perubahan karena disesuaikan dengan media *online* yang disediakan perusahaan. Berdasarkan informasi yang didapat dari bagian pemasaran untuk penjualan *online* mengalami kenaikan setiap tahunnya dikarenakan keinginan konsumen semakin banyak dan meningkat untuk memesan melalui media *online*. Banyaknya permintaan tersebut maka perusahaan menambah media *online* agar konsumen dapat memesan dengan banyak media yang tersedia.

Penjualan *online* di UD. Mutiara Rasa dimulai sejak tahun 2014 hanya menggunakan media Facebook dengan persentase penjualan sebesar 10% atau kuantitas yang terjual sebesar 4.367 kg dengan total produksi sebesar 43.674 kg. Persentase tersebut masih sedikit dikarenakan permulaan adanya media *online* diperusahaan tersebut. Kemudian, tahun 2015 mengalami peningkatan persentase penjualan *online* menjadi 20% atau kuantitas yang terjual sebesar 9.884 kg dengan total produksi 49.420 kg. Tahun 2016 penjualan *online* meningkat menjadi 35% atau kuantitas yang terjual sebesar 18.681 kg dengan total produksi 53.375 kg. Tahun 2017 persentase penjualan *online* meningkat menjadi 50% atau kuantitas yang terjual adalah 28.287 kg dengan total produksi sebesar 56.574 kilogram. Peningkatan penjualan *online* disebabkan banyaknya permintaan konsumen yang memesan melalui media *online* sehingga perusahaan menambah media atau aplikasi yang digunakan untuk memuaskan keinginan konsumen. Media *online* yang digunakan perusahaan adalah Instagram, Facebook, WhatsApp dan Email. Adanya beberapa media tersebut maka perusahaan dapat meningkatkan penjualan secara *online* dan meningkatkan persentase penjualannya sehingga mampu membantu perusahaan meningkatkan target keuntungan sesuai dengan harapan perusahaan.

Pemasaran secara *online* membuat jangkauan semakin luas dikarenakan bisa sampai ke luar Jawa dan menambah pelanggan atau konsumen di manapun yang dapat terjangkau oleh media tersebut. Perusahaan menggunakan media *online* tersebut agar produk suwar – suwir dapat dikenal oleh semua orang dan dapat dinikmati oleh semua orang. Biasanya produk tersebut dipesan melalui *online* dari Kota Sulawesi dan sekitarnya. Jangkauan *online* yang ada di perusahaan sudah sampai ke luar Jawa dari mulai diadakannya penjualan *online* tersebut. Daerah Jawa semua kota bisa memesan produk tersebut dikarenakan perusahaan sudah membuat target konsumen diseluruh kota dapat memesan suwar – suwir tersebut.



Pemesanan suwar – suwir bisa kapan saja namun biasanya H-1 sebelum produksi konsumen memesan suwar – suwir sesuai dengan rasa dan ukuran yang dipilih. Pengiriman barang tersebut biasanya melalui JNE atau menyesuaikan dengan daerah yang akan dikirim tersebut misalnya daerah tersebut tidak ada JNE maka perusahaan mengirim melalui J&T. Estimasi waktu yang dibutuhkan untuk sampai kekonsumen biasanya membutuhkan waktu satu sampai dua hari untuk pulau Jawa. Sedangkan, untuk luar Jawa tergantung dari daerah yang dikirim biasanya waktu yang dibutuhkan dalam pengiriman adalah tiga sampai empat hari untuk barang sampai ke konsumen.



Gambar 2. Persentase Penjualan Online Suwar -Suwir

Berdasarkan gambar diatas, penjualan *online* dilakukan melalui media WhatsApp, Facebook, Instagram dan Email. Konsumen lebih banyak memesan secara *online* melalui WhatsApp dikarenakan lebih mudah untuk diakses dan cepat direspon. Bagian pemasaran di UD. Mutiara Rasa juga menyampaikan bahwa untuk memesan melalui WhatsApp selalu *fast response* sehingga banyaknya kontak konsumen yang memesan lewat media tersebut. Media *online* tersebut memberikan peluang besar untuk perusahaan dikarenakan jangkauannya luas sampai ke luar Jawa. Sehingga, masyarakat luas lebih mudah mengetahui produk suwar – suwir UD. Mutiara Rasa melalui media yang tersedia.

Perusahaan ingin mengembangkan media *online* untuk menarik konsumen lebih banyak dengan menambah aplikasi seperti Tokopedia, Shopee dan bekerja

sama dengan *Grab*. Banyaknya media *online* yang digunakan dapat menambah pendapatan perusahaan dikarenakan akan menambah jumlah konsumen yang memesan produk suwar – suwir tersebut. Aplikasi seperti Tokopedia dan Shopee dapat dijadikan tempat penjualan secara *online* dengan mengupload produk tersebut ke web yang sudah ada dengan memberikan informasi yang jelas di setiap produknya sehingga akan menarik minat konsumen untuk membelinya. Web yang tersedia biasanya terdapat kontak yang dapat dihubungi langsung ke admin perusahaan sehingga konsumen langsung dapat memesan suwar – suwir sesuai dengan gambar yang tertera di web.

Perusahaan dapat bekerja sama dengan beberapa media *online* yang dapat membantu memperluas pemasaran produk tersebut seperti *Grab*. Media tersebut menyediakan tempat untuk menjual sebuah produk dari perusahaan apa saja termasuk makanan. Media *online* tersebut dapat dijangkau sesuai daerah atau kota yang sudah tersedia aplikasi tersebut. *Grab* menyediakan *Grab Food* untuk penjualan produk yang dapat dipesan secara langsung oleh konsumen. Kerja sama yang dilakukan dengan keuntungan yang diambil sebesar 15% dari penjualan produk tersebut. Biasanya estimasi waktu pemesanan melalui *Grab Food* tersebut membutuhkan waktu beberapa menit tergantung dari jarak tempuh perusahaan dengan alamat konsumen yang memesan. Lokasi dengan jarak 500 meter dari tempat produksi ke lokasi konsumen yang memesan biasanya membutuhkan waktu kurang lebih 10 – 20 menit tergantung dari perjalanannya dan ramai atau tidak *outlet* tersebut.

Banyaknya media *online* yang digunakan perusahaan mampu memberikan peluang yang besar untuk perusahaan agar pemasaran produk tersebut dapat tersebar secara luas. Penjualan *online* juga lebih cepat, lebih murah tanpa harus datang ke lokasi produksi namun produk dapat dinikmati. Penambahan aplikasi dan bekerjasama dengan media *online* maka akan menambah jumlah permintaan suwar – suwir yang dapat berdampak positif terhadap perusahaan. Sebaran penjualan *online* tersebut diberbagai kota namun biasanya konsumen hanya membeli sedikit sehingga persentase yang dimasukkan untuk melihat sebaran secara luas adalah konsumen yang sering membeli suwar – suwir dengan persentase yang tinggi.

Berikut ini adalah beberapa sebaran penjualan *online* suwar – suwir yang sering memesan melalui media *online*.

Tabel 3. Sebaran Penjualan *Online* Suwar – Suwir Tahun 2017

No	Kota	Persentase Pembelian	Kecepatan Proses Pengiriman
1	Jember	30%	< 1 hari
2	Sulawesi	20%	± 4 - 5 hari
3	Surabaya	15%	± 1 – 2 hari
4	Probolinggo	15%	± 1 – 2 hari
5	Pasuruan	10%	± 1 – 2 hari
6	Semarang	10%	± 2 – 3 hari

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat 6 kota yang sering membeli suwar – suwir melalui media *online*. Kota yang sering membeli suwar – suwir tersebut adalah Jember, Sulawesi, Surabaya, Probolinggo, Pasuruan, Semarang. Pembelian tersebut dilakukan secara *online* dan biaya pengiriman ditanggung oleh konsumen. Selain enam kota tersebut ada beberapa konsumen yang membeli suwar – suwir melalui media *online* namun dalam jumlah yang sedikit misalnya kota Nganjuk hanya beberapa konsumen yang memesan 1 – 2 kilogram suwar – suwir.

Kota Jember memiliki persentase pembelian yang tinggi yaitu 30% dikarenakan konsumen yang membeli biasanya untuk dijual lagi atau dikonsumsi sendiri. Kota Sulawesi dengan persentase 20% biasanya konsumen membeli dalam jumlah yang banyak karena untuk menghemat ongkir dalam sekali pengiriman. Kota Probolinggo memiliki persentase sebesar 15% biasanya konsumen memesan suwar – suwir untuk dijual lagi dan untuk konsumsi sendiri. Kota Pasuruan memiliki persentase yang sama dengan Kota Semarang yaitu 10%. Kecepatan pengiriman tergantung dari kota yang akan dikirim tersebut. Pengiriman ke luar Jawa biasanya membutuhkan waktu sedikit lama dikarenakan disesuaikan dengan daerah yang akan ditempuh dan disesuaikan dengan media pengiriman tersebut.

Kecepatan pengiriman untuk daerah Jawa paling lama 2 – 3 hari sedangkan untuk luar Jawa 4 – 5 hari waktu pengiriman produk tersebut. Kecepatan

pengiriman juga berpengaruh ke konsumen dikarenakan lama atau tidaknya akan mempengaruhi perusahaan dalam ketepatan waktu. Biasanya jika terlalu lama konsumen akan komplain sehingga hal tersebut akan merugikan perusahaan apabila tidak dapat dipercaya. Perusahaan berusaha kecepatan dalam pengiriman sesuai dengan yang dijadwalkan agar konsumen dapat mempercayai kinerja perusahaan dalam pengiriman barang. Meskipun biasanya lambat pengiriman barang dikarenakan barang yang tertunda di bagian pengiriman seperti JNE. Sehingga, perusahaan harus mampu meyakinkan konsumen apabila terjadi hal tersebut agar dapat dipercaya sepenuhnya.

### 5.3 Analisis *Full Costing*

Penentuan biaya produksi dengan analisis *full costing* dilakukan oleh perusahaan UD. Mutiara rasa untuk memproduksi suwar – suwir. Perhitungan biaya dengan metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik sedangkan biaya non produksi terdiri dari biaya pemasaran, biaya pulsa, biaya transportasi dan biaya administrasi. Hasil analisis *full costing* yang digunakan perusahaan untuk mengetahui biaya per kemasan produk suwar – suwir dan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

#### 5.3.1 Total Produksi, Volume Penjualan dan Harga Jual

Produksi suwar – suwir di UD. Mutiara Rasa dalam sehari mencapai 300 kilogram. Proses produksi dilakukan enam hari dalam seminggu. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan suwar – suwir adalah tape singkong. Tape singkong didapat dari *supplier* yang sudah bekerja sama dengan Bapak Hanifulloh sejak berdirinya UD. Mutiara Rasa. Biasanya tape singkong dikirim sehari sebelum diproduksi dikarenakan tape harus digiling terlebih dahulu agar halus.

UD. Mutiara Rasa dalam sebulan mampu memproduksi  $\pm 5000$  kilogram. Namun, jumlah tersebut tidak selalu sama setiap bulannya dikarenakan faktor alam membuat bahan baku utama sulit didapatkan. Jumlah produksi meningkat pada hari tertentu misalnya hari raya idul fitri dan tahun baru. Penjualan suwar –suwir ada dua cara yaitu *online* dan *offline*. Penjualan *online* sebesar 50% dan penjualan *offline* sebesar 50%. Sehingga, total produksi yang dihasilkan dibagi menjadi 2 untuk penjualan secara *online* dan *offline*. Total produksi suwar –suwir tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 4. Total Produksi Suwar – Suwir UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

No	Bulan	Total Produksi Original (Kg)	Total Produksi Mix Rasa (Kg)
1	Januari	3900	1100
2	Februari	3950	950
3	Maret	4000	900
4	April	4600	1000
5	Mei	4650	950
6	Juni	5950	950
7	Juli	3824	600
8	Agustus	4000	800
9	September	2800	600
10	Oktober	3750	650
11	November	3450	650
12	Desember	1950	600
<b>Total Produksi Satu Tahun</b>		<b>46824</b>	<b>9750</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 5 menjelaskan total produksi suwar – suwir pada tahun 2017 berjumlah 56.574 kilogram. Dimana setiap bulan produksi suwar – suwir tidak selalu sama dikarenakan bahan baku sulit didapatkan pada saat musim penghujan dan musim kemarau panjang. UD. Mutiara Rasa memproduksi berbagai macam rasa suwar – suwir namun yang banyak terjual atau peminat dari konsumen adalah rasa original dan *mix* rasa dengan kemasan 1kg. Total produksi suwar – suwir tahun 2017 adalah 46.824 kilogram untuk rasa original dan 9.750 kilogram untuk *mix* rasa. Permintaan konsumen untuk kedua rasa tersebut lebih banyak yang berminat memesan suwar – suwir original karena rasa manis asli tanpa ada perasa makanan atau buah sehingga total produksi suwar – suwir rasa original lebih banyak dibandingkan yang *mix* rasa. Jumlah produksi akan meningkat apabila ada hari raya idul fitri dan hari besar lainnya. Namun, perusahaan akan memproduksi sesuai dengan bahan baku yang diperoleh. Pada, bulan Juni perusahaan memproduksi 5950 kilogram suwar – suwir original dan 950 kilogram suwar – suwir *mix* rasa.

Produksi yang dilakukan perusahaan menyesuaikan dengan bahan baku yang diterima dari *supplier*. Apabila bahan baku yang diterima banyak maka akan melakukan produksi banyak namun apabila bahan baku sulit didapatkan perusahaan akan memproduksi suwar – suwir sesuai dengan tersedianya bahan baku tersebut. Perusahaan tidak melakukan penyetoran bahan baku ataupun produk yang sudah



jadi dikarenakan biasanya perusahaan memproduksi sesuai dengan pesanan konsumen. Bahan baku sulit didapatkan dikarenakan pada musim tertentu misalnya saat musim penghujan ubi kayu sulit didapatkan dikarenakan ubi kayu terlalu banyak kadar air sehingga kualitasnya tidak sesuai harapan perusahaan. Hal tersebut juga berpengaruh kepada biaya produksi suwar – suwir dikarenakan perusahaan akan mengeluarkan biaya produksi dua kali lipat dari biasanya. Sehingga, jumlah produksi yang dihasilkan setiap bulannya akan berpengaruh kepada volume penjualan.

Volume penjualan pada tahun 2017 sama dengan total produksi namun setiap bulannya berbeda jumlah permintaan konsumen. UD. Mutiara Rasa akan memproduksi suwar – suwir sesuai dengan permintaan konsumen sehingga produk tersebut akan terjual semua. Berikut ini adalah data volume penjualan suwar – suwir tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 5. Volume Penjualan Suwar – Suwir UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

No	Bulan	Volume Penjualan				Total (Kg)
		Penjualan <i>Online</i> Original (Kg)	Penjualan <i>Online</i> Mix Rasa (Kg)	Penjualan <i>Offline</i> Original (Kg)	Penjualan <i>Offline</i> Mix Rasa (Kg)	
1	Januari	2000	500	1900	600	5000
2	Februari	2000	450	1950	500	4900
3	Maret	2000	450	2000	450	4900
4	April	2400	400	2200	600	5600
5	Mei	2400	400	2250	550	5600
6	Juni	3000	450	2950	500	6900
7	Juli	1912	300	1912	300	4424
8	Agustus	2050	350	1950	450	4800
9	September	1400	300	1400	300	3400
10	Oktober	1850	350	1900	300	4400
11	November	1750	300	1700	350	4100
12	Desember	975	300	975	300	2550
<b>Total Penjualan Satu Tahun (Kg)</b>		<b>23737</b>	<b>4550</b>	<b>23087</b>	<b>5200</b>	<b>56574</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 6, penjualan dibagi menjadi dua cara yaitu secara *online* dan *offline*. Produk suwar – suwir original dan *mix* rasa sangat diminati konsumen karena citra rasanya dan harga yang masih terjangkau. Penjualan *online* di UD.



Mutiara Rasa sebesar 50% dan penjualan *offline* sebesar 50%. Penjualan produk suwar – suwir lebih banyak untuk rasa original dibandingkan *mix* rasa karena konsumen lebih menyukai rasa tersebut. Total untuk penjualan *online* original sebesar 23.737 kilogram, penjualan *online mix* rasa sebesar 4.550 kilogram, penjualan *offline* original sebesar 23.087 kilogram dan penjualan *offline mix* rasa sebesar 5.200 kilogram. Jumlah setiap bulannya tidak selalu sama karena perusahaan melihat dari permintaan konsumen. Namun, pada musim hujan UD. Mutiara Rasa memproduksi sesuai bahan baku yang ada sehingga permintaan dari konsumen tidak selalu bisa diterima. Bulan desember dapat dilihat di tabel bahwa jumlah produksi menurun dikarenakan sulit mendapatkan bahan baku tape singkong. Sehingga, perusahaan hanya dapat memproduksi 2.550 kilogram dalam sebulan. Hal tersebut sangat jauh berbeda dengan bulan lainnya meskipun musim hujan bahan baku masih tersedia cukup banyak untuk diproduksi. Sedangkan, untuk bulan Januari sampai bulan November bahan baku yang tersedia masih stabil meskipun tidak sesuai dengan harapan perusahaan karena target perusahaan masih belum tercapai untuk persediaan bahan baku yang selalu stabil setiap bulannya.

Penjualan *online* yang dilakukan UD. Mutiara Rasa mencakup seluruh area pulau Jawa dan sudah sampai ke area luar Jawa seperti kota sulawesi meskipun pada saat ini jarang mengirim produk tersebut dikarenakan ketersediaan bahan baku sulit didapatkan. Sehingga, perusahaan memfokuskan pengiriman area pulau Jawa. Sedangkan, penjualan *offline* yang dilakukan perusahaan dengan cara menjual di outlet sendiri dan di distribusikan ke toko oleh – oleh yang bermitra dengan UD. Mutiara Rasa seperti UD. Primadona, Prima Rasa dan Toko Rezeki.

Harga jual yang ditetapkan UD. Mutiara Rasa bermacam – macam sesuai dengan kemasan dan rasa. Namun, pada saat ini perusahaan hanya memproduksi sesuai dengan permintaan konsumen dengan harga Rp 20.000/kg. Hal tersebut dikarenakan untuk kemasan rasa seperti rasa ekstrak kulit manggis, daun mint, kopi dan lain – lain harganya lebih mahal dengan ukuran kemasan tas yang lebih kecil misalnya kemasan tas 350 gram harganya adalah Rp 10.000. Bahan baku yang sulit didapatkan pada musim tertentu mengakibatkan UD. Mutiara Rasa tidak dapat memproduksi suwar – suwir sesuai targetnya dan *supplier* yang sudah bekerja sama sulit mendapatkan bahan baku tersebut. Sulitnya mendapatkan bahan baku tape

singkong mendorong perusahaan untuk menaikkan harga jual suwar – suwir sehingga akan membantu perusahaan dalam mengoptimalkan laba yang diperoleh.

### 5.3.2 Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku utama yang digunakan untuk suwar – suwir adalah tape singkong. Tape singkong diolah menjadi suwar – suwir dengan proses sesuai aturan perusahaan. Bahan baku diantar langsung oleh *supplier* ke lokasi produksi yaitu UD. Mutiara Rasa. Tape singkong yang kualitasnya baik adalah saat di masak tidak terdapat air di wajan sehingga saat mengolah tape singkong tidak mengeluarkan air sampai keluar wajan. Namun, tape singkong yang kualitasnya tidak baik terlalu banyak mengandung air sehingga saat diolah tape singkong akan mengeluarkan air sampai keluar wajah pengolahan.

UD. Mutiara Rasa membutuhkan bahan baku 240 kilogram sampai dengan 300 kilogram. Apabila bahan baku tersedia lebih banyak biasanya mencapai 500 kilogram lebih. Hal tersebut tergantung cuaca atau musimnya. Perusahaan melihat kualitas bahan baku yang digunakan untuk menentukan berapa banyak yang akan diproduksi. Kualitas tape singkong yang bagus akan berdampak baik untuk *ouput* yang dihasilkan. Suwar – suwir dengan kualitas baik dapat dilihat dari halusnya produk tersebut. Biasanya bahan baku yang kualitasnya rendah suwar – suwir yang dihasilkan tidak akan halus seperti ada serat – serat tape di bagian tengah suwar – suwir. Rincian total biaya bahan baku suwar – suwir yang digunakan UD. Mutiara Rasa dirujuk pada lampiran 2.

Berdasarkan rincian biaya bahan baku tersebut, dapat diketahui bahwa total biaya bahan baku langsung suwar – suwir tahun 2017 untuk rasa original adalah Rp 261.525.000 dan *Mix* rasa sebesar Rp 53.625.000. Rasa original membutuhkan biaya bahan baku lebih besar dibandingkan *mix* rasa dikarenakan UD. Mutiara Rasa lebih banyak memproduksi rasa original karena permintaan konsumen lebih banyak yang menyukai rasa tersebut. Harga tape singkong adalah Rp 5.500/kg. Perhitungan biaya bahan baku dirujuk pada lampiran 9.

Biaya bahan baku langsung suwar – suwir per kilogram untuk rasa original adalah Rp 5.585 dan *Mix* rasa sebesar Rp 5.500. Harga bahan baku akan lebih murah jika dibeli langsung ke petani singkong atau yang mengolah tape singkong. Namun, perusahaan mempertimbangkan hal tersebut karena biaya transportasi akan

lebih mahal dikarenakan lokasi jauh dari perusahaan. Apabila harga bahan baku meningkat, maka harga jual suwar – suwir akan meningkat. Hal tersebut dilakukan perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan.

### 5.3.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja yang ada di UD. Mutiara Rasa berjumlah 16 karyawan yang terdiri dari 6 karyawan laki – laki bagian produksi dan 10 karyawan perempuan bagian pengemasan. Sistem tenaga kerja yang di terapkan UD. Mutiara Rasa adalah sistem harian dengan pembayaran gaji karyawan satu minggu sekali. Hari libur untuk karyawan adalah hari Jumat. Berikut adalah total biaya tenaga kerja langsung UD. Mutiara Rasa pada tahun 2017 dan rincian biaya tenaga kerja dirujuk pada lampiran 3.

Tabel 6. Total Biaya Tenaga Kerja UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

No	Jenis Tenaga Kerja	Upah	Total
1	Bagian Produksi	Rp. 50.000 / Hari	Rp 86.400.000
2	Bagian Pengemasan	Rp. 25.000 / Hari	Rp 72.000.000
<b>Total Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Tahun</b>			<b>Rp 158.400.000</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa total biaya tenaga kerja langsung tahun 2017 adalah Rp 158.400.000. Bagian produksi yang terdiri dari karyawan laki – laki total biaya tenaga kerja yang dibutuhkan selama tahun 2017 yaitu Rp 86.400.000 sedangkan bagian pengemasan yang terdiri dari karyawan perempuan total biaya tenaga kerja langsung selama tahun 2017 adalah Rp 72.000.000. Upah karyawan per harinya adalah Rp 50.000 untuk bagian produksi dan upah bagian pengemasan adalah Rp 25.000 per hari. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung dirujuk pada lampiran 10.

Biaya tenaga kerja langsung untuk per kilogram suwar – suwir adalah Rp 2.799,9. Perusahaan mempertimbangkan jumlah tenaga kerja dengan kapasitas produksi untuk menghasilkan jumlah produksi sesuai harapan perusahaan tersebut. Proses produksi untuk suwar – suwir rasa original dan *mix* rasa dijadikan satu sehingga jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan sama dalam satu kali produksi.

### 5.3.4 Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik terdiri dari biaya – biaya selain bahan baku utama dan tenaga kerja langsung dalam proses produksi. Biaya *overhead* pabrik UD. Mutiara Rasa terdiri dari biaya bahan penolong, biaya kemasan, penyusutan alat, LPG, biaya listrik dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Berikut ini adalah biaya *overhead* pabrik UD. Mutiara Rasa tahun 2017 dan rincian biaya *overhead* pabrik dirujuk pada lampiran 4 sampai lampiran 7.

Tabel 7. Total Biaya *Overhead* Pabrik UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik			
No	Jenis Biaya	Total Biaya	
1	Bahan Penolong	Rp	3.888.000
2	Kemasan	Rp	58.608.000
3	Penyusutan	Rp	778.571
4	LPG	Rp	1.824.000
5	Listrik	Rp	2.400.000
6	Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp	18.000.000
7	Gula Pasir	Rp	174.528.000
8	Kayu Bakar	Rp	30.000.000
Total Biaya Keseluruhan		Rp	290.026.571

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 8, total biaya *overhead* pabrik UD. Mutiara Rasa sebesar Rp 290.062.571. Bahan penolong yang digunakan UD. Mutiara Rasa adalah bahan – bahan yang membantu untuk mengubah bahan utama menjadi produk jadi. Contohnya bahan penolong yang digunakan adalah perasa makanan atau perasa buah yang terdiri dari perasa Strawberry, perasa melon dan perasa coklat dalam setahun mrncapai Rp 3.888.000. Bahan yang digunakan untuk membantu proses produksi suwar – suwir adalah gula pasir dalam setahun sebesar Rp 174.528.000 dan menggunakan kayu bakar pada saat memasak tape singkong tersebut dan membutuhkan biaya sebesar Rp 30.000.000 dalm setahun. Bahan tersebut digunakan untuk menunjang proses produksi berlangsung. Biaya kemasan terdiri dari kemasan mika, kertas warna, plastik, logo (stiker) dan isi staples yang digunakan untuk proses *packaging* suwar – suwir membutuhkan biaya dalam setahun sebesar Rp 56.608.000. Biaya penyusutan alat terdiri dari alat – alat yang digunakan untuk proses produksi seperti tungku, wajan, timbangan, mesin

penghalus dan lain – lain dan membutuhkan biaya sebesar Rp 778.571 dalam setahun. LPG digunakan pada saat pengemasan suwar – suwir yang membutuhkan biaya sebesar Rp 1.824.000 dan listrik digunakan hanya untuk penerangan tempat produksi yang membutuhkan biaya dalam setahun sebesar Rp 2.400.000. Tenaga kerja tidak langsung dalam perusahaan ini adalah bagian pemasaran dan bagian keuangan berjumlah satu orang yang merupakan anak kandung dari Bapak Hanifulloh yang bernama Bapak Umar dengan gaji dalam setahun sebesar Rp 18.000.000. Perhitungan biaya *overhead* dirujuk pada lampiran 11.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa biaya *overhead* pabrik untuk per kilogramnya yang dikeluarkan perusahaan adalah sebesar Rp 5.126. Tingginya biaya *overhead* pabrik disebabkan karena kenaikan harga bahan penolong seperti gula pasir, kayu bakar, LPG. Kenaikan bahan penolong yang paling besar adalah gula pasir.

### 5.3.5 Biaya Non Produksi

Biaya non produksi UD. Mutiara rasa terdiri dari biaya pemasaran, biaya pulsa, biaya transportasi dan biaya administrasi. Biaya non produksi merupakan biaya yang tidak ada kaitannya dengan proses produksi secara langsung pada perusahaan tersebut. Biaya pemasaran (*online*) digunakan untuk penjualan secara *online* seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan Email. Biaya pulsa digunakan untuk melayani konsumen yang memesan melalui SMS (*Short Message Service*). Biaya transportasi digunakan untuk pengiriman suwar – suwir secara *online* maupun secara langsung. Biaya administrasi yang ada di UD. Mutiara Rasa biasanya untuk pembelian buku, pulpen, tipe-x dan tinta printer. Berikut ini adalah total biaya non produksi tahun 2017 dan rincian biaya non produksi dirujuk pada lampiran 8.

Tabel 8. Total Biaya Non Produksi UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Total Biaya	
1	Biaya Pemasaran ( <i>Online</i> )	Rp	720.000
2	Biaya Pulsa	Rp	600.000
3	Biaya Transportasi dan Biaya Pengiriman	Rp	4.050.000
4	Biaya Administrasi	Rp	1.349.500
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>		<b>Rp</b>	<b>6.719.500</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018



Berdasarkan perhitungan diatas, total biaya non produksi secara keseluruhan adalah Rp 6.719.500. Biaya pemasaran *online* untuk total biayanya adalah sebesar Rp 720.000. Biaya pemasaran online yang dimaksud adalah biaya internet yang digunakan perusahaan untuk penjualan *online* melalui media yang sudah tersedia. Biaya pulsa selama tahun 2017 membutuhkan sebesar Rp 600.000. Biaya transportasi dan biaya pengiriman selama setahun membutuhkan biaya sebesar Rp 4.050.000. Biaya administrasi total biaya yang dibutuhkan selama setahun adalah sebesar Rp 1.349.500. Perhitungan biaya non produksi dirujuk pada lampiran 12.

Biaya non produksi untuk perkilogram suwar – suwir yang dibutuhkan UD. Mutiara Rasa adalah sebesar Rp 119. Biaya tersebut dikeluarkan setiap produksi suwar – suwir. Sehingga, dengan mengetahui jenis – jenis biaya non produksi dan total biaya yang digunakan perusahaan maka akan diketahui biaya per kilogramnya setiap produksi yang dilakukan.

### 5.3.6 Biaya Keseluruhan Per Kilogram Suwar – Suwir

Perhitungan biaya ini digunakan untuk mengetahui biaya yang harus dikeluarkan perusahaan setiap per kilogram suwar – suwir yang diproduksi. Setiap produksi suwar – suwir rasa original maupun campuran rasa (*Mix* rasa) perusahaan harus menghitung biaya perkilonya untuk mengetahui laba yang didapatkan selama sebulan dan dijumlahkan selama setahun. Perhitungan biaya per kilogram suwar – suwir dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi. Berikut ini adalah total biaya keseluruhan per kilogram suwar – suwir tahun 2017:

Tabel 9. Total Biaya Per Kilogram Suwar – Suwir Original Tahun 2017

Biaya Pembuatan Suwar - Suwir Original Per Kg		
No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Bahan Baku	Rp 5.585
2	Tenaga Kerja	Rp 2.799
3	<i>Overhead</i> Pabrik	Rp 5.126
4	Non Produksi	Rp 119
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>		<b>Rp 13.630</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui bahwa biaya total keseluruhan per kilogram suwar – suwir original yang harus dikeluarkan perusahaan adalah Rp



13.630. Total biaya tersebut dihasilkan dari penjumlahan biaya bahan baku sebesar Rp 5.585,3, biaya tenaga kerja sebesar Rp 2.799,9, biaya *overhead* pabrik sebesar Rp 5.126 dan biaya non produksi sebesar Rp 119. Semua biaya tersebut dihitung menggunakan metode *full costing* yang diterapkan perusahaan.

Tabel 10. Total Biaya Per Kilogram Suwar – Suwir *Mix* Rasa Tahun 2017

Biaya Pembuatan Suwar - Suwir <i>Mix</i> Rasa Per Kg		
No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Bahan Baku	Rp 5.500
2	Tenaga Kerja	Rp 2.799
3	<i>Overhead</i> Pabrik	Rp 5.126
4	Non Produksi	Rp 119
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>		<b>Rp 13.545</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 11, diketahui bahwa total biaya per kilogram suwar – suwir yang harus dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 13.545. Rincian biaya untuk menentukan total biaya per kilogram meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi. Perhitungan untuk total biaya per kilogram pembuatan suwar – suwir dengan menjumlahkan biaya bahan baku sebesar Rp 5.500,0, biaya tenaga kerja Rp 2.799,9, biaya *overhead* pabrik sebesar Rp 5.126 dan biaya non produksi sebesar Rp 119. Penjumlahan semua biaya tersebut akan menghasilkan total biaya keseluruhan per kilogram suwar – suwir.

### 5.3.7 Perhitungan Laba Rugi

Perusahaan berusaha untuk memperoleh laba yang tinggi dari produk yang dipasarkan. Perhitungan laba rugi menggunakan metode *full costing* yang digunakan UD. Mutiara Rasa. Berikut ini rincian jumlah biaya laba rugi UD. Mutiara Rasa tahun 2017 dan perhitungan laba rugi dirujuk pada lampiran 13.

Tabel 11. Laporan Laba Rugi UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

Perhitungan Laba Rugi		
No	Komponen	Jumlah Biaya
1	Harga pokok produksi	Rp 763.576.571
2	Penjualan dalam setahun	Rp 1.131.480.000
3	Laba kotor	Rp 367.903.429
4	Laba bersih	Rp 361.183.929

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan laba rugi diatas, diketahui penjualan suwar – suwir tahun 2017 sebesar Rp 1.131.480.000. Banyaknya penjualan produk tersebut maka mempengaruhi adanya penerimaan laba perusahaan. Laba kotor yang diterima perusahaan adalah sebesar Rp 367.903.429 dengan cara mengurangi biaya penjualan dengan harga pokok produksi. Harga pokok produksi perusahaan sebesar Rp 763.576.571. Setelah itu, untuk mengetahui laba bersih perusahaan adalah dengan cara mengurangi laba kotor dengan biaya non produksi dan dihasilkan laba bersih perusahaan adalah sebesar Rp 361.183.929. Laba bersih yang diterima perusahaan setiap bulannya sebesar Rp 30.098.661. Berdasarkan rincian perhitungan diatas, maka margin profit suwar – suwir tahun 2017 di UD. Mutiara Rasa adalah sebagai berikut:

Tabel 12. *Margin Profit* Suwar - Suwir Original UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

<b>Margin Laba Original</b>	
<b>Komponen</b>	<b>Total</b>
Harga suwar –suwir	Rp 20.000
Biaya per kemasan	Rp 13.630
Persentase keuntungan (%)	32

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 13, diketahui bahwa harga jual suwar – suwir per kilogram nya adalah Rp 20.000. Sedangkan, untuk mengetahui persentase keuntungan dengan cara perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Margin profit} = [(Rp\ 20.000 - Rp\ 13.630) : Rp\ 20.000] \times 100\% = 32\%$$

Perhitungan diatas untuk mengetahui margin profit perusahaan untuk suwar – suwir original yaitu sebesar 32%. Sedangkan, untuk *margin profit* Mix Rasa perhitungannya seperti dibawah ini:

Tabel 13. *Margin Profit* Suwar - Suwir Mix Rasa UD. Mutiara Rasa Tahun 2017

<b>Margin Laba Mix Rasa</b>	
<b>Komponen</b>	<b>Total</b>
Harga suwar –suwir	Rp 20.000
Biaya per kemasan	Rp 13.545
Persentase keuntungan (%)	32

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 14, dapat diketahui bahwa *margin* laba yang dihasilkan untuk persentase keuntungan adalah 32%. Harga jual produk tersebut adalah Rp 20.000 dengan biaya per kemasan Rp 13.545. Persentase keuntungan sama dengan yang original karena harga jual sama dan biaya per kemasan selisihnya tidak terlalu jauh hanya Rp 85 sehingga untuk persentase keuntungan yang dihasilkan sama yaitu 32%.

#### 5.4 Analisis *Target Costing*

Penerapan analisis *target costing* merupakan cara untuk mengefisiensikan biaya produksi untuk mendapatkan laba sesuai target perusahaan. Adapun analisis *target costing* yang dijelaskan pada penelitian ini adalah melalui beberapa tahap analisis yaitu menentukan harga jual, menentukan laba yang diharapkan, menghitung biaya target, menghitung total biaya produksi yang efisien, melakukan rekayasa nilai. Kelima tahap tersebut akan dijabarkan dibawah ini sebagai berikut:

##### 1. Menentukan Harga Pasar

Harga jual suwar – suwir UD. Mutiara Rasa adalah Rp 20.000 per kilogram. Harga tersebut sama untuk penjualan secara *offline* dan *online*. Suwar – suwir rasa original dan *mix* rasa dijual dengan harga yang sama per kilogramnya. Biasanya harga akan meningkat apabila harga bahan baku meningkat. Perusahaan tidak dapat menaikkan harga jual secara langsung tanpa melihat produsen – produsen lain yang memproduksi suwar – suwir tersebut dikarenakan bisa berpengaruh negatif untuk perusahaan. Apabila harga dinaikkan oleh perusahaan maka konsumen akan berpindah tempat untuk membeli ke produsen lain.

##### 2. Menentukan Laba yang diharapkan

Penentuan laba yang diharapkan perusahaan dengan metode *target costing* untuk produk suwar – suwir adalah sebesar 40%. Harga jual produk tersebut Rp 20.000 per kilogram diharapkan mampu memberikan keuntungan 40% untuk perusahaan. Laba yang diharapkan perusahaan diharapkan sesuai dikarenakan perusahaan menginginkan keuntungan yang besar dengan biaya produksi yang dikeluarkan harus sebanding atau bisa lebih. Berikut ini adalah laba yang diharapkan perusahaan sebagai berikut:

Tabel 14. Laba yang diharapkan UD. Mutiara Rasa

Laba yang diharapkan	
Komponen	Total
Target laba (%)	40
Harga Jual	Rp 20.000
<b>Total biaya</b>	<b>Rp 8.000</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 15, maka perusahaan menetapkan target laba yang ingin dicapai sebesar 40%. Harga jual produk tersebut adalah sebesar Rp 20.000 maka diperoleh total biaya yang dibutuhkan sebesar Rp 8.000. Rincian perhitungan target laba adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Target laba} &= 40\% \times \text{Rp } 20.000 \\ &= \text{Rp } 8.000\end{aligned}$$

### 3. Menghitung Target Biaya

Perhitungan target biaya yaitu menentukan harga jual produk kemudian dikurangi dengan laba yang diharapkan perusahaan dikalikan dengan harga jual produk tersebut. Target biaya dapat digunakan perusahaan apabila total biaya yang dihasilkan lebih kecil atau rendah dibandingkan dengan biaya menggunakan metode *full costing*. Berikut ini adalah target biaya menggunakan metode target costing:

Tabel 15. Target Biaya UD. Mutiara Rasa

Target Biaya Per Kg	
Komponen	Total
Harga Jual	Rp 20.000
Laba yang diharapkan	Rp 8.000
<b>Total biaya</b>	<b>Rp 12.000</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

$$\begin{aligned}\text{Target biaya} &= \text{Harga jual} - (\text{laba yang diharapkan} \times \text{harga jual}) \\ &= \text{Rp } 20.000 - (40\% \times \text{Rp } 20.000) \\ &= \text{Rp } 12.000\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, target biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suwar – suwir adalah sebesar Rp 12.000. Metode *target costing* yang digunakan lebih efisien dibandingkan dengan *full costing*

dikarenakan biaya targetnya berkurang atau lebih rendah dibandingkan dengan metode *full costing*. Berikut ini adalah perbandingan biaya menggunakan metode *full costing* dan setelah menggunakan *target costing*:

#### 4. Total Biaya Produksi yang Efisien

Perhitungan total biaya produksi harus mengetahui penjualan dalam setahun produk suwar – suwir. Selain itu, harus mengetahui laba yang diharapkan perusahaan sehingga untuk menghitung total produksi yang efisien menggunakan data tersebut. Rincian total biaya produksi yang efisien seperti dibawah ini:

Tabel 16. Total Biaya Produksi yang Efisien dengan Metode *Target Costing*

Total Biaya Produksi yang Efisien	
Komponen	Total
Penjualan dalam setahun	Rp 1.131.480.000
Laba yang diharapkan dalam setahun	Rp 452.592.000
<b>Total biaya</b>	<b>Rp 678.888.000</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa biaya yang efisien menggunakan metode *target costing* adalah sebesar Rp 678.888.000. Cara untuk mencari biaya yang efisien adalah pengurangan biaya penjualan dengan laba yang diharapkan perusahaan. Biaya yang efisien mampu menghemat biaya produksi sehingga keuntungan perusahaan akan menambah. Metode *target costing* mampu mengefisienkan biaya produksi sehingga mampu menghemat biaya perusahaan.

#### 5. Rekayasa Nilai

Rekayasa nilai digunakan untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk. Biaya – biaya yang dapat ditekan dalam proses produksi untuk meningkatkan keuntungan perusahaan adalah biaya bahan baku langsung dan biaya *overhead* pabrik pada biaya kemasan. Harga bahan baku langsung per kilogram tape singkong sebesar Rp 5.500 didapatkan dari *supplier*. Bahan baku langsung diantar *supplier* ke lokasi produksi sehingga perusahaan tidak pernah membeli secara langsung ke petani. Apabila perusahaan membeli bahan baku langsung ke petani maka harga per kilogram tape singkong adalah Rp 4.000 sehingga selisihnya adalah Rp 1.500. Selain itu, harga kemasan yang digunakan adalah sebesar Rp 600/ mika dengan merk “mika lux”. Kemasan bisa diganti dengan harga yang murah



tanpa mengurangi kualitas produk yaitu mengganti *merk* kemasan “dunia plastik 88” dengan harga per mikanya adalah Rp 420. Rekayasa nilai selanjutnya adalah penambahan media *online* untuk pemasaran secara *online* agar memperluas jangkauan pemasaran. Sehingga, penjualan suwar – suwir bertambah banyak dan produk tersebut dapat tersebar secara luas melalui media *online* seperti *Grab Food*, Tokopedia dan Shopee. Hal tersebut akan menekan biaya dan jangkauan penjualan semakin luas sehingga akan berdampak positif untuk perusahaan. Berikut ini adalah total biaya dalam rekayasa nilai:

Tabel 17. Total Biaya Sebelum Rekayasa Nilai

Sebelum Rekayasa Nilai			
No	Jenis Biaya	Biaya Per Satuan	Total Biaya
1	Biaya bahan baku	Rp 5.500/ kg	Rp 315.150.000
2	Kemasan	Rp 600/ mika	Rp 51.840.000
3	Pemasaran <i>Online</i>	Rp 397.500/bulan	Rp 4.770.000
Total Keseluruhan			Rp 371.760.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 18, dapat diketahui total biaya sebelum adanya rekayasa nilai adalah sebesar Rp 371.760.000. Adanya rekayasa pemasaran *online* seperti kerjasama dengan *Grab Food* dengan tujuan untuk perluasan jangkauan pemasaran sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Jangkauan pemasaran dapat tersebar secara luas sampai ke luar Jawa apabila perusahaan dapat menyediakan beberapa aplikasi media *online* yang dapat dijangkau konsumen. Total biaya pemasaran *online* sebelum adanya rekayasa nilai sebesar Rp 4.770.000. biaya bahan baku sebesar Rp 315.150.000 sedangkan biaya kemasan sebesar Rp 51.840.000. Perhitungan untuk mengetahui total biaya sebelum rekayasa nilai adalah menjumlahkan biaya bahan baku dan biaya kemasan. Setelah itu, akan dihasilkan biaya keseluruhan sebelum adanya rekayasa nilai. Setelah mengetahui biaya sebelum adanya rekayasa nilai maka selanjutnya menghitung biaya yang akan direkayasa nilai agar mengetahui efisiensi biaya yang akan dihasilkan. Berikut ini adalah biaya sesudah adanya rekayasa nilai:



Tabel 18. Total Biaya Sesudah Rekayasa Nilai

Sesudah Rekayasa Nilai			
No	Jenis Biaya	Biaya Per Satuan	Total Biaya
1	Biaya bahan baku	Rp 4000/ kg	Rp 229.200.000
2	Kemasan	Rp 420/ mika	Rp 36.288.000
3	Pemasaran <i>Online</i>	Rp 125.000/ bulan	Rp 1.500.000
<b>Total Keseluruhan</b>			<b>Rp 266.988.000</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 19, dapat diketahui bahwa total biaya setelah adanya rekayasa nilai untuk menekan biaya produksi suwar – suwir adalah sebesar Rp 266.988.000. Rekayasa nilai untuk pemasaran *online* dilakukan untuk memperluas sebaran penjualan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Pemasaran *online* dengan cara menambah media *online* seperti *Grab Food* yang sudah tersedia di kota – kota tertentu. *Grab* mengambil keuntungan dari penjualan suwar – suwir sebesar 15%. Media *online* tersebut diminati konsumen dikarenakan biaya ongkir lebih murah dibandingkan dengan aplikasi lain dan biasanya *grab* mempromosikan tanpa ada biaya ongkir untuk pengiriman.

Produk suwar – suwir tersebut dipesan sesuai dengan pesanan dengan harga yang sudah ditetapkan kemudian jika ada ongkir langsung dijumlahkan dengan biaya ongkir tersebut kemudian langsung diantarkan oleh *driver* yang sudah bekerja di *Grab* tersebut. Namun, meskipun keuntungan dari pihak *Grab* sebesar 15% penjualan *online* suwar – suwir mengalami peningkatan. Peningkatan penjualan *online* sebesar dua kali lipat dari penjualan sebelum adanya penambahan media *online* yaitu dengan asumsi sebesar 56.574 kilogram suwar – suwir. Meningkatnya penjualan *online* tersebut akan berdampak positif untuk perusahaan dikarenakan akan membantu meningkatkan keuntungan. Kerjasama yang dilakukan perusahaan dengan *Grab* berdampak baik sehingga dapat dilanjutkan dan akan menambah minat konsumen untuk memesan lewat aplikasi tersebut dikarenakan aplikasi tersebut hampir seluruh kota sudah tersedia dan akan menghemat biaya pengiriman dikarenakan biaya pengiriman lebih murah dibandingkan dengan pengiriman melalui JNE dan J&T. Terlihat dari biaya bahan baku yang dapat ditekan dengan adanya rekayasa nilai sehingga perusahaan juga dapat menghemat biaya produksi.

Biaya bahan baku setelah adanya rekayasa nilai menjadi sebesar Rp 229.200.000, biaya kemasan sebesar Rp 36.288.000 sedangkan untuk pemasaran *online* sebesar Rp 1.500.000. Biaya tersebut menurun dibandingkan sebelum adanya rekayasa nilai sehingga lebih efisien. Perhitungan untuk mendapatkan total biaya adalah menjumlahkan biaya bahan baku dan biaya kemasan. Biaya produksi yang dihasilkan menurun atau dapat ditekan dengan adanya rekayasa nilai dengan metode *target costing* sehingga akan berdampak positif untuk perusahaan karena pendapatan yang diterima akan bertambah dan mampu membantu mencapai target keuntungan sesuai dengan harapan perusahaan.

Tabel 19. Efisiensi Biaya Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai

Efisiensi Biaya Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai				
No	Jenis Biaya	Biaya Sebelum Rekayasa Nilai (Rp)	Biaya Setelah Rekayasa Nilai (Rp)	Efisiensi Biaya (Rp)
1	Bahan Baku	315.150.000	229.200.000	85.950.000
2	Kemasan	51.840.000	36.288.000	15.552.000
3	Pemasaran <i>Online</i>	4.770.000	1.500.000	3.270.000
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>371.760.000</b>	<b>266.988.000</b>	<b>104.772.000</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 20, dapat diketahui efisiensi biaya menggunakan metode *target costing* untuk bahan baku sebesar Rp 85.950.000, biaya kemasan sebesar Rp 15.552.000 sedangkan pemasaran *online* efisiensi biaya yang dihasilkan sebesar Rp 3.270.000. Secara keseluruhan efisiensi biaya dengan rekayasa nilai adalah sebesar Rp 104.772.000. Perusahaan dapat menggunakan metode ini untuk menganalisis biaya produksi dikarenakan mampu mengefisienkan biaya sehingga target laba 40% dapat tercapai dengan cara rekayasa nilai untuk pencapaiannya. Penambahan rekayasa nilai untuk pemasaran *online* digunakan untuk penambahan jangkauan pemasaran secara luas agar target perusahaan dapat tercapai dengan adanya penjualan yang meningkat. Perusahaan bekerja sama dengan *Grab Food* dikarenakan sekarang banyaknya media *online* yang menawarkan penjualan melalui aplikasi sehingga mudah dijangkau konsumen tanpa harus datang ke tempat

produksi. Konsumen hanya membayar harga perkilonya suwar – suwir dengan biaya ongkir yang lebih murah. Keuntungan yang diterima *Grab* sebesar 15% dari penjualan produk tersebut. Penambahan media *online* tersebut akan meningkatkan penjualan *online* suwar – suwir dari biasanya dan bisa diasumsikan sebesar 56.574 kilogram. Peningkatan penjualan akan membantu meningkatkan keuntungan perusahaan sehingga target laba yang diharapkan tercapai. Asumsi penjualan *online* tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan yaitu laba bersih yang diterima sebesar Rp 474.673.429. Perhitungan rekayasa nilai dirujuk pada lampiran 14 dan perhitungan asumsi kerjasama dengan *Grab Food* dirujuk pada lampiran 15.

### 5.5 Perbandingan Analisis *Full Costing* dan *Target Costing*

Hasil analisis antara metode *full costing* dengan *target costing* menunjukkan bahwa metode *target costing* lebih efisien dibandingkan metode *full costing*. Metode *target costing* mampu menekan biaya produksi sehingga biaya yang dikeluarkan perusahaan menurun dibandingkan menggunakan metode *full costing*. Hal tersebut dapat dilihat dari total biaya produksi dan hasil dari rekayasa nilai yang digunakan. Berikut ini adalah rincian perbandingan kedua metode tersebut:

Tabel 20. Perbandingan Hasil Analisis Metode *Full Costing* dan *Target Costing* Per Kilogram Suwar -Suwir

Perbandingan Hasil Analisis Per Kg		
Metode Analisis	Original	Mix Rasa
<i>Full Costing</i>	Rp 13.630	Rp 13.545
<i>Target Costing</i>	Rp 12.000	Rp 12.000
<b>Selisih biaya</b>	<b>Rp 1.630</b>	<b>Rp 1.545</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

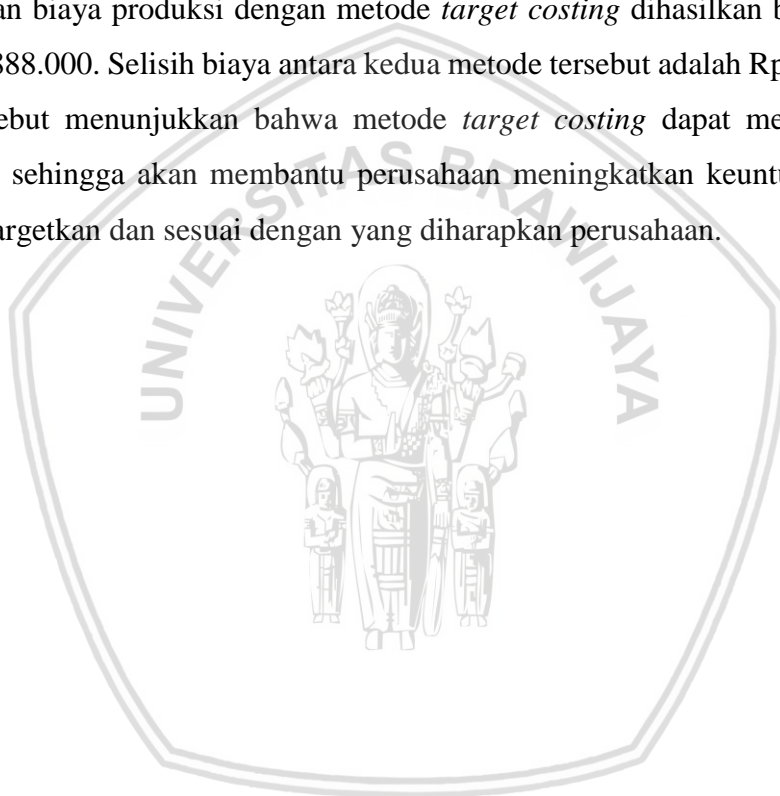
Berdasarkan tabel diatas, adanya selisih biaya antara metode *full costing* dan *target costing*. Biaya per kilogram suwar – suwir dengan metode *full costing* sebesar Rp 13.630 untuk rasa original dan *Mix* rasa sebesar Rp 13.545. sedangkan menggunakan metode *target costing* sebesar Rp 12.000. Selisih untuk suwar – suwir original sebesar Rp 1.630 dan suwar – suwir *Mix* rasa sebesar Rp 1.545. Adanya perbandingan selisih tersebut akan berpengaruh pada pendapatan yang diterima perusahaan. Perbedaan biaya tersebut mampu memberikan keuntungan pada perusahaan sesuai target biaya yang diharapkan.

Tabel 21. Perbandingan Hasil Analisis Metode *Full Costing* dan *Target Costing*

<b>Perbandingan Hasil Analisis Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Target Costing</i></b>	
<b>Metode</b>	<b>Total</b>
<i>Full Costing</i>	Rp 763.576.571
<i>Target Costing</i>	Rp 678.888.000
<b>Selisih biaya</b>	<b>Rp 84.688.571</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 22, dapat diketahui bahwa perhitungan biaya produksi menggunakan metode *full costing* dihasilkan biaya sebesar Rp 763.576.571, sedangkan biaya produksi dengan metode *target costing* dihasilkan biaya sebesar Rp 678.888.000. Selisih biaya antara kedua metode tersebut adalah Rp 84.688.571. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode *target costing* dapat menekan biaya produksi sehingga akan membantu perusahaan meningkatkan keuntungan sesuai yang ditargetkan dan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.



## VI. PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut, perusahaan belum mampu mencapai target laba yang diharapkan sebesar 40% dikarenakan biaya produksi belum efisien. Perhitungan yang digunakan perusahaan adalah menggunakan metode *full costing*. Oleh karena itu, agar biaya produksi yang digunakan efisien dan mampu mencapai target laba maka perusahaan menggunakan *target costing* untuk mengatasi hal tersebut dan dapat disimpulkan bahwa:

1. Perbandingan penjualan *online* dan *offline* UD. Mutiara Rasa adalah sebesar 50%. Perusahaan mampu meningkatkan keuntungan dengan adanya media *online* yang membantu memperluas jangkauan pemasaran sehingga suwar – suwir dapat terjual diberbagai wilayah yang dapat terjangkau dengan aplikasi *online* tersebut. Media *online* yang digunakan perusahaan adalah Facebook, Instagram, WhatsApp dan email. Konsumen banyak memesan *online* di media WhatsApp dikarenakan admin dari perusahaan lebih mengutamakan media tersebut. Penambahan media *online* seperti Tokopedia, Shopee dan kerjasama dengan *Grab* maka membantu perusahaan untuk mencapai target keuntungan dikarenakan sebaran pemasaran semakin luas.
2. Hasil perhitungan biaya produksi suwar – suwir UD. Mutiara Rasa menggunakan metode *full costing* belum memenuhi target laba yang diharapkan perusahaan. Persentase keuntungan yang didapatkan adalah 32%. Total produksi suwar – suwir tahun 2017 adalah 56.574 kilogram dengan penjualan secara *online* dan *offline*. Harga suwar – suwir per kilogramnya adalah Rp 20.000. Biaya perusahaan yang dikeluarkan menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 763.576.571 sedangkan menggunakan metode *target costing* biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 678.888.000. Penggunaan metode *target costing* mampu menghemat biaya sebesar Rp 84.688.571 sehingga keuntungan perusahaan juga akan bertambah dan target laba dapat tercapai.
3. Perhitungan menggunakan *target costing* mampu mengefisiensikan biaya dengan rekayasa nilai sebesar Rp 104.772.000. Rekayasa nilai untuk efisiensi biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya kemasan dan pemasaran



*online*. Biaya yang mampu efisien menggunakan metode *target costing* untuk bahan baku sebesar Rp 85.950.000, biaya kemasan sebesar Rp 15.552.000 sedangkan pemasaran *online* sebesar Rp 3.270.000. Pemasaran *online* tersebut bekerja sama dengan pihak *Grab Food* sehingga keuntungan yang di terima *Grab* sebesar 15% dari penjualan *online* suwar – suwir. Adanya penambahan media *online* tersebut mampu meningkatkan penjualan dengan asumsi sebesar 56.574 kilogram. Total biaya yang efisien menggunakan analisis *target costing* adalah sebesar Rp 678.888.000 dengan harga suwar – suwir per kilogramnya Rp 12.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode *target costing* dengan adanya rekayasa nilai dapat diterapkan di UD. Mutiara Rasa agar target laba sebesar 40% dapat tercapai sehingga berdampak positif untuk perusahaan dikarenakan pendapatannya akan bertambah.

## 6.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan tersebut maka saran yang dapat diberikan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian perusahaan dapat menggunakan metode *target costing* untuk menghitung biaya produksi agar lebih efisien. Apabila biaya produksi efisien maka keuntungan perusahaan akan bertambah. Metode *target costing* mampu memberikan gambaran tentang biaya produksi yang dapat ditekan dengan rekayasa nilai. Adanya rekayasa nilai tersebut perusahaan mengetahui biaya yang dapat di tekan tanpa mengurangi kualitas produk suwar – suwir seperti biaya bahan baku langsung dan biaya *overhead* pabrik bagian biaya kemasan.
2. Pemasaran dilakukan secara *online* dan *offline*. Pemasaran *online* perlu ditingkatkan perusahaan dalam hal mengupdate produk ke sosial media sehingga informasi terkait produk dapat terupdate setiap bulannya. Selain itu, perusahaan dapat menambah beberapa aplikasi media *online* dan bekerjasama dengan media *online* agar dapat memperluas jangkauan pemasaran sehingga meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan perusahaan.
3. Perusahaan harus bisa mengatasi permasalahan ketersediaan bahan baku apabila dalam musim penghujan yaitu pada saat banyak bahan baku tersedia perusahaan bisa menyetok suwar – suwir dengan jumlah yang banyak sehingga saat musim



penghujan datang ketersediaan produk tersebut tidak kosong sehingga konsumen tetap bisa membelinya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Nurul Hidayat, dan Denny Ardianto. 2011. *Rekayasa Nilai Pembangunan Gedung Rusunawa Amabarawa*. Semarang: Fakultas Teknik Undip.
- Anugerah, Eza Gusti., Mas'ud, Imam., Wahyuni, Nining Ika. 2017. *Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba*. Jember: Universitas Jember, Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi.
- Apriyanti. 2010. *Analisis Penerapan Target Costing untuk Pencapaian Target Pricing Sewa Kamar Hotel dalam Meningkatkan Efisiensi dan Memaksimalkan Laba*. Jakarta: STIE Perbanas.
- Arafah, Irfa Nur. 2004. *Hubungan Penerapan Total Quality Management Dengan Efisiensi Biaya Produksi*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Arifin, Nurul Ikhsan., Karamoy, Herman., Kalalo, Meily. 2016. *Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*. Manado: Universitas Sam Ratulangi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2008. *Analisis Perkembangan Statistik Ketenagakerjaan (Laporan Sosial Indonesia 2007)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bastian, Bustami dan Nurlela. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Berawi, Muhammed Ali. 2014. *Aplikasi Value Engineering pada Industri Konstruksi Bangunan Gedung*. Jakarta: UI-Press.
- Bernadi, J. 2013. *Aplikasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Toko Velg YQ*. ComTech, 4(2), 731-741.
- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2006. *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut: Kajian Teori dan Aplikasi Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bustami, Bastian. 2010. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kedua. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Blocher et al. 2008. *Manajemen Biaya : Penekanan Strategis 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Blocher, David E Stout dan Gery Cokins. 2012. *Manajemen Biaya Penekanan Strategis Buku 2 Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chandra, S. 2014. *Maximizing Construction Project and Investment Budget Efficiency With Value Engineering*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Caroline, Tertius Clara. 2016. *Analisis Penerapan Target Costing Dan Activity-Based Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada Ud. Bogor Bakery*. Manado: Universitas Sam Ratulangi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi.
- Daft, L. Richard. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

- Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Jember. 2014. UMKM Jember Jawa Timur. Jember: Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Jember.
- Firmansyah, 2014. Akuntansi Biaya itu Gampang. Cetakan Pertama. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Garrison, H. Ray: Eric W. Noreen: dan Peter C. Brewer. 2006. Managerial Accounting. Terjemahan: A. Totok Budisiantoso. Buku Satu. Edisi Kesebelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Gerungan, H. 2013. Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprima. Jurnal EMBA. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Hansen dan Mowen. 2001. Manajemen Biaya. Buku II. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofian Syafri. 2010. Analisis Kritis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Persada.
- Hery. 2015. Pengantar Akuntansi. Jakarta: Grasindo.
- Himawan, Pendjaya. 2005. Penerapan Metode Target Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus PT. XYZ). Jurnal ESENSI. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara.
- Horngren, Foster, dan Datar. 2005. Akuntansi Biaya: Penekanan Manajerial. Jakarta: Erlangga.
- Horngren, C. T. Datar, S. M. & Foster, George. 2008. Akuntansi Biaya Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusumadewi, Fransiska. 2017. Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi (Studi Kasus Pada Askha Jaya Lampung). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Krismiaji. 2002. Sistem Informasi Akuntansi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Krismiaji, Aryani Anni Y. 2011. Akuntansi Manajemen Edisi kedua. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Li, H., & Hong, J. 2013. Factors Influencing Consumers' Online Repurchasing Behavior: A Review and Research Agenda. iBusiness. 5(4), 161-166.
- Mulyadi. 2007. Akuntansi Biaya. Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi, 2007. Activity Based Cost Syste. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi, 2010. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Munandar, M. 2001. Budgeting, Perencanaan Kerja Pengkoodinasian Kerja Pengawasan Kerja. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.
- Munawir. 2011. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty.

- Pricilia. 2014. Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Pada UD. Martabak Mas Narto di Manado. Jurnal EMBA. Manado: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- Riyanto, Bambang. 2010. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE.
- Simamora, H. 2012. Akuntansi Manajemen. Edisi 3. Riau: Star Gate Publisher.
- Sodikin. 2015. Akuntansi Managemen. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiri, Slamet. 2001. Akuntansi Manajemen. Edisi revisi. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.
- Supriyadi, Heri. 2013. Penerapan Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan laba Perusahaan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Supriyono, R.A. 2002. Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi. Yogyakarta: BPPE.
- Sutrisno. 2008. Akuntansi Biaya. Edisi Keempat. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Ekonisia.
- Turban, E., King, D., & Lang, J. 2010. Introduction to Electronic Commerce. Third ed. Prentice-Hall, Inc.
- Widialestariningsih, Ony., W.F Sonny., Anggadini Dewi Sri. 2012. Akuntansi Biaya. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Witjaksono, Armanto. 2013. Akuntansi Biaya. Edisi Revisi. Yogyakarta: Graha Ilmu.



## Lampiran 1. Dokumentasi Foto



Gambar 1. Menghaluskan tape singkong



Gambar 2. Mencampurkan tape singkong dan gula



Gambar 3. Memasak tape singkong di wajan





Gambar 4. Mengangkat adonan yang sudah matang



Gambar 5. Memberikan perasa



Gambar 6. Mengangkat ke meja roll diratakan



Gambar 7. Menggaris sesuai pola



Gambar 8. Mengiris sesuai pola



Gambar 9. Hasil irisan



Gambar 10. Mengiris per biji suwar – suwir



Gambar 11. Menata rapi di wadah



Gambar 12. Pengemasan suwar – suwir



Gambar 13. Produk suwar – suwir



### Lampiran 2. Biaya Bahan Baku Per Bulan

No	Bulan	Jumlah Biaya (Rp)	
		Suwar - Suwir Original	Suwar - Suwir <i>Mix</i> Rasa
1	Januari	Rp 21.450.000	Rp 6.600.000
2	Februari	Rp 22.275.000	Rp 5.775.000
3	Maret	Rp 23.100.000	Rp 4.950.000
4	April	Rp 24.750.000	Rp 4.950.000
5	Mei	Rp 25.575.000	Rp 4.950.000
6	Juni	Rp 33.000.000	Rp 5.775.000
7	Juli	Rp 21.450.000	Rp 3.300.000
8	Agustus	Rp 22.275.000	Rp 4.125.000
9	September	Rp 16.500.000	Rp 3.300.000
10	Oktober	Rp 19.800.000	Rp 3.300.000
11	November	Rp 21.450.000	Rp 3.300.000
12	Desember	Rp 9.900.000	Rp 3.300.000
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>		<b>Rp 261.525.000</b>	<b>Rp 53.625.000</b>

### Lampiran 3. Rincian Upah Tenaga Kerja Tahun 2017

No	Jenis Tenaga Kerja	Upah	Jumlah Tenaga Kerja	Total
1	Bagian Produksi	Rp. 50.000/ Hari	6	Rp 86.400.000
2	Bagian Pengemasan	Rp. 25.000/ Hari	10	Rp 72.000.000
<b>Total Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Tahun</b>				<b>Rp 158.400.000</b>

### Lampiran 4. Biaya *Overhead* Pabrik (Bahan Penolong dan *Overhead variable*)

Bahan Penolong dan <i>Overhead Variable</i>		
No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Bahan Penolong	Rp 3.888.000
2	Gula Pasir	Rp 174.528.000
3	Kayu Bakar	Rp 30.000.000
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>		<b>Rp 208.416.000</b>

Biaya Penyusutan						
No	Jenis Biaya	Jumlah Barang	Harga Awal	Harga Akhir	Umur Ekonomis	Total Biaya
1	Tungku	2	Rp 100.000	Rp 30.000	17	Rp 4.118
2	Wajan	3	Rp 1.000.000	Rp 300.000	10	Rp 70.000
3	Timba	12	Rp 600.000	Rp 300.000	5	Rp 60.000
4	Komporecil	1	Rp 85.000	Rp 40.000	5	Rp 9.000
5	Meja Roll	6	Rp 1.500.000	Rp 750.000	17	Rp 44.118
6	Pengaduk Kayu	3	Rp 37.000	Rp 10.000	5	Rp 5.400
7	Pisau	3	Rp 45.000	Rp 21.000	5	Rp 4.800
8	Penggaris Kayu	3	Rp 7.500	Rp 3.000	5	Rp 900
9	Timbangan	1	Rp 320.000	Rp 150.000	10	Rp 17.000
10	Komputer	1	Rp 2.500.000	Rp 1.500.000	3	Rp 333.333
11	Printer	1	Rp 700.000	Rp 350.000	3	Rp 116.667
12	Mesin Penghalus	1	Rp 2.000.000	Rp 500.000	17	Rp 88.235
13	Perekat Plastik	10	Rp 500.000	Rp 250.000	10	Rp 25.000
Total Biaya						Rp 778.571

**Lampiran 7. Biaya *Overhead* Pabrik (Biaya Lain-lain)**

Biaya Lain – Lain		
No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	LPG	Rp 1.824.000
2	Listrik	Rp 2.400.000
3	Tenaga kerja tidak langsung	Rp 18.000.000
<b>Total Biaya</b>		<b>Rp 22.224.000</b>

**Lampiran 8. Rincian Biaya Non Produksi Tahun 2017**

No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Biaya Pemasaran ( <i>Online</i> ) Rp 60.000 / bulan	Rp 720.000
2	Biaya Pulsa Rp 50.000/ bulan	Rp 600.000
3	Biaya Transportasi dan Biaya Pengiriman	Rp 4.050.000
4	Biaya Administrasi Buku	Rp 30.000
	Pulpen	Rp 44.500
	Tipe-x	Rp 15.000
	Tinta Printer	Rp 1.260.000
<b>Total Biaya</b>		<b>Rp 6.719.500</b>

**Lampiran 9. Perhitungan Biaya Bahan Baku**

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Biaya bahan baku per kg (Original)} &= \frac{\text{Total biaya bahan baku original}}{\text{Total Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 261.525.000}{46824} \\
 &= \text{Rp } 5.585,3
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Biaya bahan baku per kg (Mix Rasa)} &= \frac{\text{Total biaya bahan baku Mix rasa}}{\text{Total Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 53.625.000}{9750} \\
 &= \text{Rp } 5.500
 \end{aligned}$$

**Lampiran 10. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung**

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya tenaga kerja langsung (per kg)} &= \frac{\text{Total biaya tenaga kerja langsung}}{\text{Total Produksi (kg)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 158.400.000}{56574} = \text{Rp } 2.799,9
 \end{aligned}$$



### Lampiran 11. Perhitungan Biaya *Overhead* Pabrik

$$\begin{aligned}\text{Biaya overhead pabrik (per kg)} &= \frac{\text{Total biaya overhead}}{\text{Total produksi (kg)}} \\ &= \frac{\text{Rp } 290.026.571}{56574} \\ &= \text{Rp } 5.126\end{aligned}$$

### Lampiran 12. Perhitungan Biaya Non Produksi

$$\begin{aligned}\text{Biaya non produksi (per kg)} &= \frac{\text{Total biaya non produksi}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 6.719.500}{56574} \\ &= \text{Rp } 119\end{aligned}$$

### Lampiran 13. Perhitungan Laporan Laba Rugi

1. Penjualan = Harga Jual Produk Per Kg x Total Penjualan  
 $= \text{Rp } 20.000 \times 56574$   
 $= \text{Rp } 1.131.480.000$
2. Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya *overhead*)  
 $= \text{Rp } 315.150.000 + \text{Rp } 158.400.000 + \text{Rp } 290.026.571$   
 $= \text{Rp } 763.576.571$
3. Laba Kotor = Penjualan – Harga Pokok Produksi  
 $= \text{Rp } 1.131.480.000 - \text{Rp } 763.576.571$   
 $= \text{Rp } 367.903.429$
4. Laba Bersih = Laba Kotor – Biaya Non Produksi  
 $= \text{Rp } 367.903.429 - \text{Rp } 6.719.500$   
 $= \text{Rp } 361.183.929$

### Lampiran 14. Perhitungan Rekayasa Nilai

1. Biaya Bahan Baku
  - a. Sebelum Rekayasa  
 Bahan baku = Kebutuhan bahan baku x harga bahan baku  
 $= 57.300 \times 5.500$   
 $= \text{Rp } 315.150.000$

## b. Sesudah Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Bahan baku} &= \text{Kebutuhan bahan baku} \times \text{harga bahan baku} \\
 &= 57.300 \times 4000 \\
 &= \text{Rp } 229.200.000
 \end{aligned}$$

## 2. Biaya Kemasan

## a. Sebelum Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Bahan baku} &= \text{Kebutuhan kemasan} \times \text{harga kemasan} \\
 &= 86.400 \times 600 \\
 &= \text{Rp } 51.840.000
 \end{aligned}$$

## b. Sesudah Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Bahan baku} &= \text{Kebutuhan kemasan} \times \text{harga kemasan} \\
 &= 86.400 \times 420 \\
 &= \text{Rp } 36.288.000
 \end{aligned}$$

**Lampiran 15. Asumsi Kerjasama dengan *Grab Food* dan Penerapan Rekayasa Nilai**

No	Jenis Biaya	Total Biaya	Biaya Per Kemasan
1	Bahan Baku	Rp 229.200.000	Rp 4.051
2	Tenaga Kerja	Rp 158.400.000	Rp 2.800
3	Overhead Pabrik	Rp 267.706.571	Rp 4.732
4	Non Produksi	Rp 1.500.000	Rp 27
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>Rp 656.806.571</b>	<b>Rp 11.610</b>

Perhitungan:

1. Penerimaan Penjualan *Online*

$$\begin{aligned}
 \text{Penerimaan} &= \text{Harga Jual} \times \text{Volume Penjualan} \\
 &= \text{Rp } 20.000 \times 56.574 \\
 &= \text{Rp } 1.131.480.000
 \end{aligned}$$

2. Harga Pokok Produksi Penjualan *Online*

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Pokok Produksi} &= \text{Biaya per Kemasan} \times \text{Volume Penjualan} \\
 &= \text{Rp } 11.610 \times 56.574 \\
 &= \text{Rp } 656.806.571
 \end{aligned}$$

3. Laba Bersih Penjualan *Online*

$$\begin{aligned}
 \text{Laba Bersih} &= \text{Penerimaan} - \text{Harga Pokok Produksi} \\
 &= \text{Rp } 1.131.480.000 - \text{Rp } 656.806.571 = \text{Rp } 474.673.429
 \end{aligned}$$